

Київській національний торговельно-економічний університет

Кафедра товарознавства та митної справи

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

«Формування якості та канали розподілу жіночих спідниць»

Студентка 2 курсу, 6 групи,
Спеціальності 076
«Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність»
Спеціалізації «Товарознавство
і комерційна логістика»

Сухотіна
Олександра Віталіївна

Науковий керівник
к.т.н. доцент кафедри
товарознавства та митної
справи

Михайлова
Галина Миколаївна

Науковий консультант
к.е.н. доцент кафедри
торговельного підприємництва
та логістики

Торопков
Володимир Михайлович

Гарант освітньої програми
д.т.н., професор

Сидоренко
Олена Володимирівна

Київ – 2018

АНОТАЦІЯ

Сухотіна О.В. «Формування якості та канали розподілу жіночих спідниць»

Випускна кваліфікаційна робота виконана у відповідності до встановлених вимог на актуальну проблему формування якості та каналів розподілу жіночих спідниць.

У роботі досліджено теоретичні засади та практичні аспекти формування якості та конкурентоспроможності жіночих спідниць вітчизняних виробників. Проведений аналіз сучасного стану ринку жіночих спідниць та асортименту, що представлений на ПрАТ «Санта-Україна».

У роботі було запропоновано узагальнену схему класифікації жіночих спідниць, а також шляхи вдосконалення організації каналів розподілу на підприємстві.

Ключові слова: формування якості, ринок одягу, класифікація спідниць, конкурентоспроможність, канали розподілу, збутова діяльність, шляхи удосконалення.

ANNOTATION

Sukhotina O.V. "Formation of quality and distribution channels for women's skirts"

The final qualification work is performed in accordance with the established requirements for the actual problem of forming the quality and distribution channels of women's skirts.

The theoretical principles and practical aspects of the formation of the quality and competitiveness of women's skirts of domestic producers are researched in this work. An analysis of the current state of women's skirts and assortment market, presented at PPP "Santa-Ukraine", was conducted.

The paper proposed a generalized classification scheme for women's skirts, as well as ways to improve the organization of distribution channels at the enterprise.

Key words: quality formation, clothing market, classification of skirts, competitiveness, distribution channels, sales activity, ways of improvement.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ РИНКУ ТА ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ЖІНОЧИХ СПІДНИЦЬ	10
1.1. Стан ринку жіночого одягу в Україні.....	10
1.2. Законодавчо-нормативне забезпечення виробництва та обігу жіночого одягу.....	16
1.3. Чинники формування та збереження якості жіночих спідниць	21
1.4. Особливості класифікації жіночих спідниць	27
1.5. Шляхи підвищення якості та забезпечення конкурентоспроможності жіночого одягу в Україні	30
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЯКОСТІ ЖІНОЧИХ СПІДНИЦЬ.....	35
2.1. Аналіз асортименту жіночих спідниць на підприємстві.....	35
2.2. Організація, об'єкт та методи дослідження	41
2.3. Оцінка якості жіночих спідниць та реалізація на ринку України.....	45
2.4. Конкурентоспроможність жіночих спідниць вітчизняних виробників.....	51
РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ ЖІНОЧИХ СПІДНИЦЬ НА ПрАТ «САНТА-УКРАЇНА».....	57
3.1. Роль розподільчої логістики як фактор забезпечення розвитку та насичення споживчого ринку	57
3.2. Дослідження практики організації каналів розподілу на підприємстві	63
3.3. Аналіз збутової діяльності підприємства та її ефективності	70
3.4. Шляхи вдосконалення організації каналів розподілу жіночих спідниць на підприємстві	76
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	82
ДОДАТКИ	88

ВСТУП

Актуальність теми. Продукція легкої промисловості має стійкий попит і затребувана у багатьох інших сферах. Вона призначена для задоволення потреб населення, забезпечуючи його тканинами, одягом, взуттям та іншими предметами споживання.

До продукції легкої промисловості належить безліч видів та типів товарів, серед яких основну частку складає одяг. Одним із незамінних елементів одягу для кожної жінки є спідниця.

Якість виробів має велике значення, адже головною його функцією є захист людського тіла від зовнішніх умов. Так як одним із визначальних предметів гардеробу кожної дівчини є спідниця, вона повинна бути якісною та відповідати вимогам за визначеними показниками. Відповідність таких вимог формують якість та обумовлюють здатність виробів задовольняти потреби відповідно до їх призначення.

У господарській діяльності підприємства основними питаннями є постачання, виробництво та збут готової продукції. Реалізація продукції переважно провадиться через посередників, кожний з яких формує відповідний канал розподілу. Підприємства з виробництва одягу реалізують продукцію власного виробництва через різноманітні канали розподілу, що дає змогу обрати більш ефективний та вигідний варіант.

Метою роботи є дослідження чинників формування якості та визначення каналів розподілу жіночих спідниць.

Відповідно до поставленої мети, були визначені наступні *завдання*:

- дослідити стан ринку та шляхи підвищення якості та забезпечення конкурентоспроможності жіночого одягу в Україні;
- проаналізувати законодавчо-нормативне забезпечення виробництва та обігу жіночого одягу;
- вивчити чинник формування та збереження якості жіночих спідниць;
- визначити особливості класифікації жіночих спідниць;

- проаналізувати асортимент жіночих спідниць на ПрАТ «Санта-Україна»;
- надати оцінку якості жіночих спідниць, реалізованих на ринку України;
- провести аналіз конкурентоспроможності жіночих спідниць вітчизняних виробників;
- дослідити практику організації та визначити шляхи вдосконалення каналів розподілу на ПрАТ «Санта-Україна»;
- проаналізувати діяльність збуту на ПрАТ «Санта-Україна» та визначити її ефективність.

Об'єктом дослідження є жіночі спідниці.

Предмет – теоретичні та практичні аспекти формування якості жіночих спідниць та канали їх розподілу.

При виконанні роботи було використано наступні *методи дослідження*: аналіз наукової та навчальної літератури, статистичні розрахунки, порівняння та узагальнення. Серед практичних методів використано: органолептичні, інструментальні, проведення експертної оцінки та методи математичного аналізу обробки результатів.

Інформаційну та статистичну основу становлять матеріали Державної служби статистики України. Теоретичною та методичною основою дослідження є наукові розробки, статті, а також чинні законодавчі та нормативно-правові акти, інтернет-ресурси.

Наукова новизна роботи полягає в обґрунтуванні теоретико-методичних засад формування якості, аналізу та упровадженні класифікації жіночих спідниць, а також дослідженні шляхів удосконалення організації каналів розподілу товарів на підприємстві.

Практична цінність даної роботи полягає в розробці практичних рекомендацій щодо узагальнення класифікації жіночих спідниць, удосконалення логістичних процесів та збутової діяльності для підприємства ПрАТ «Санта-Україна».

Апробація результатів дослідження. Опубліковано статтю «Дослідження естетичних властивостей жіночих спідниць» у Збірці наукових статей студентів

освітнього ступеня «магістр» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», спеціалізації «Товарознавство та комерційна логістика». - Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. - С. 429-435. Результати дослідження були обговорені на Міжнародній студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми підприємництва, торгівлі та маркетингу», яка відбулася 13-14 березня 2018 р.

Структура та обсяг роботи. Випускна кваліфікаційна робота за структурою включає в себе вступ, три основних розділи, присвячених дослідженню аналізу формування якості та каналів розподілу жіночих спідниць, висновки, список використаних джерел та додатки. Основний текст роботи складає 93 сторінки. Робота містить 9 таблиць, 20 рисунків, список використаних джерел налічує 62 найменування.

РОЗДІЛ 1

АНАЛІЗ РИНКУ ТА ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ЖІНОЧИХ СПІДНИЦЬ

1.1. Стан ринку жіночого одягу в Україні

Легка промисловість України сьогодні є потужним багатогалузевим комплексом з виробництва товарів народного споживання та є соціально важливим сектором економіки. Вона є третьою за значенням серед найперспективніших секторів креативної індустрії країни.

Потенційні можливості підприємств легкої промисловості дозволяють виробляти широкий перелік товарів, здатних задовольнити увесь попит внутрішнього ринку. На полицях магазинів продукція легкої промисловості представлена в основному тканинами, килимами, постільною білизною, широким асортиментом жіночого та чоловічого одягу та ін.

Згідно із КВЕД [1], легка промисловість України об'єднує 23 види економічної діяльності, які згруповано в три основні розділи:

- текстильне виробництво (ткацьке виробництво, виробництво трикотажного полотна, килимів, канатів, мотузок, нетканих матеріалів, інших текстильних виробів, крім одягу тощо);
- виробництво одягу (одягу зі шкіри, робочого, спіднього, верхнього одягу і аксесуарів, виготовлення виробів з хутра, виробництво трикотажного та в'язаного одягу, панчішно-шкарпеткового виробів тощо);
- виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів (взуття, дублення та оздоблення шкіри, вичинка та фарбування хутра, виробництво дорожніх виробів, сумок тощо).

На сьогоднішній день в розрізі підгалузей ситуація виглядає наступним чином: виробництво одягу займає 41% від загальної кількості реалізованої

продукції, текстильне виробництво займає 37% і виробництво шкіри та взуття – 22% (рис.1.1.)

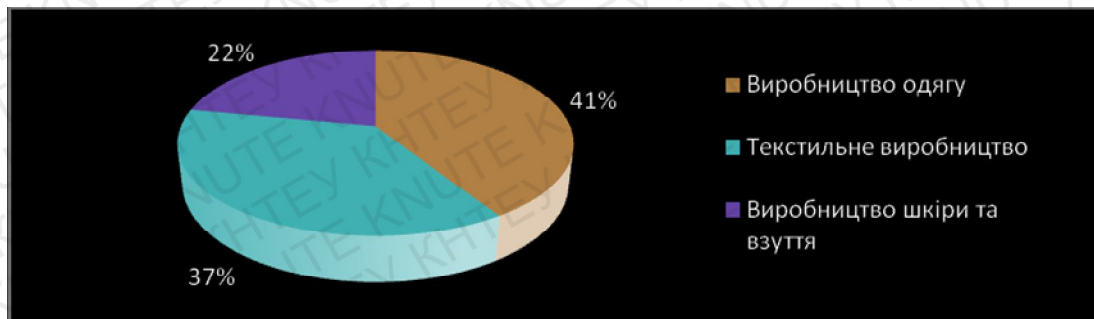


Рис.1.1 Співвідношення виробництва легкої промисловості за підгалузями у 2018р.

Побудовано автором за [2]

Поштовхом для українських товарів стала Угода про асоціацію з ЄС. Зона вільної торгівлі з європейськими країнами, яка почала діяти з 1 січня 2016 р., усунула більшість мит і відкрила доступ до 500 мільйонів покупців. Наприклад, якщо раніше митна ставка на трикотажні речі складала 12%, то тепер 0. Від участі у конвенції легка промисловість виграє, адже у результаті може розширити свої експортні можливості. У перший рік вільної торгівлі з ЄС український експорт туди зріс на понад 3%, а товарообіг – на понад 6% [3].

При цьому на внутрішньому ринку 58% товарів легкої промисловості – це імпорт, 20,8% – контрабанда або тіньовий бізнес, власне виробництво становить 14,7% та секонд-хенд – 6,5%.

Українці активно купують одяг зарубіжних виробників. Але, в той же час, за останні роки, зберігається тенденція зростання популярності одягу українського виробництва.

За регіональним розрізом в межах України найбільше підприємств легкої промисловості зосереджено на Харківщині та Львівщині. У п'ятірку лідерів входить Житомирська і Дніпропетровська області, а також Київ [4].

У галузі легкої промисловості функціонує понад 10 тис. підприємств, з них у текстильній промисловості – близько 2,5 тис., з виробництва готового одягу і хутра – близько 6 тис., шкіри і шкіряного взуття – близько 1,5 тис.

Практично всі підприємства легкої промисловості приватизовані, а ті, що знаходяться у державній власності, становлять менше 1% [5].

На сьогоднішній день в Україні діє низка підприємств легкої промисловості різної форми власності, що базуються на виробництві текстильних матеріалів та одягу з них. Серед них: ТОВ «Текстиль-контакт» (м.Київ), ПАТ «Україна» (м. Житомир), ПАТ «Черкаський шовковий комбінат» (м.Черкаси), ФОП Удовенко Олександр Олександрович (ТМ «Мармелад» м.Київ), ПП «Rimit» (м. Львів), ТОВ «Еліта» (м. Харків), ТОВ «Любава-Грація» (м.Черкаси), ПАТ «Трикотажна фірма «Роза» (м. Київ), ПАТ «Софія» (м. Бровари), ПрАТ «Санта-Україна» (м.Первомайськ) та ін.

Українські підприємства легкої промисловості за поточний 2018р., порівняно з відповідним періодом минулого 2017р. року, збільшили обсяги виробництва своєї продукції на 7%. Виробництво ж саме жіночого одягу показує темп зростання, який встановлений на рівні 104,1% за останній рік.

У розрізі останніх п'яти років обсяги реалізованого одягу показували стабільне зростання. Якщо у 2013 р. він складав 9606,0 млн.грн., то вже у 2017р. виробництво вітчизняного одягу показав результат у 25653,3 млн.грн. Аналізуючи зміну обсягу виробництва одягу в Україні за останні 5 років, можна сказати, що він зріс більше, ніж у два рази (рис.1.2).

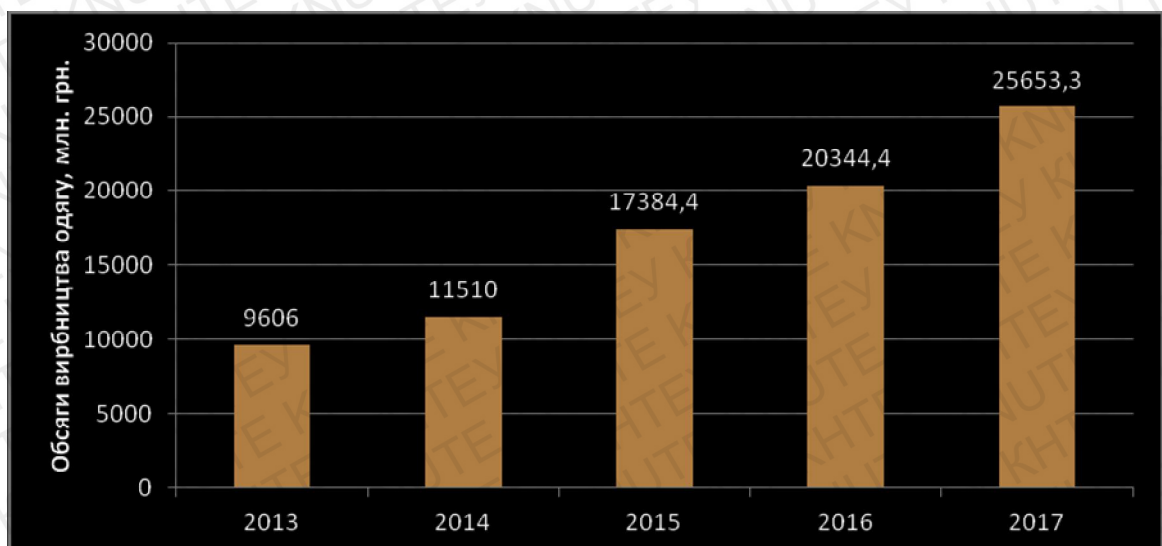


Рис.1.2 Обсяг виробництва одягу в Україні 2013-2017 рр.

Побудовано автором за [2]

Щодо виробництва одягу в Україні за 2018 рік, можна сказати, що обсяг реалізованої продукції становив 7058,0 млн.грн. Із загального обсягу 3358,7 млн.грн. склав одяг, реалізований за межами країни [6].

Український ринок легкої промисловості, в силу свого стрімкого розвитку і появи нових гравців, став інвестиційно-привабливим. Саме цим і пояснюється поява великої кількості нових компаній, що займаються виробництвом і продажем одягу.

Популяризації українських брендів також сприяє проведення різних виставок, цікавих не тільки вітчизняному споживачеві, але і потенційним зарубіжним замовникам.

Приблизна структура собівартості українського швейного виробу така: 60% – сировина, 30% – накладні витрати (для ательє – 15-20%), 10% – зарплата. Велика різниця цін на ринку одягу зумовлена вартістю сировини [7].

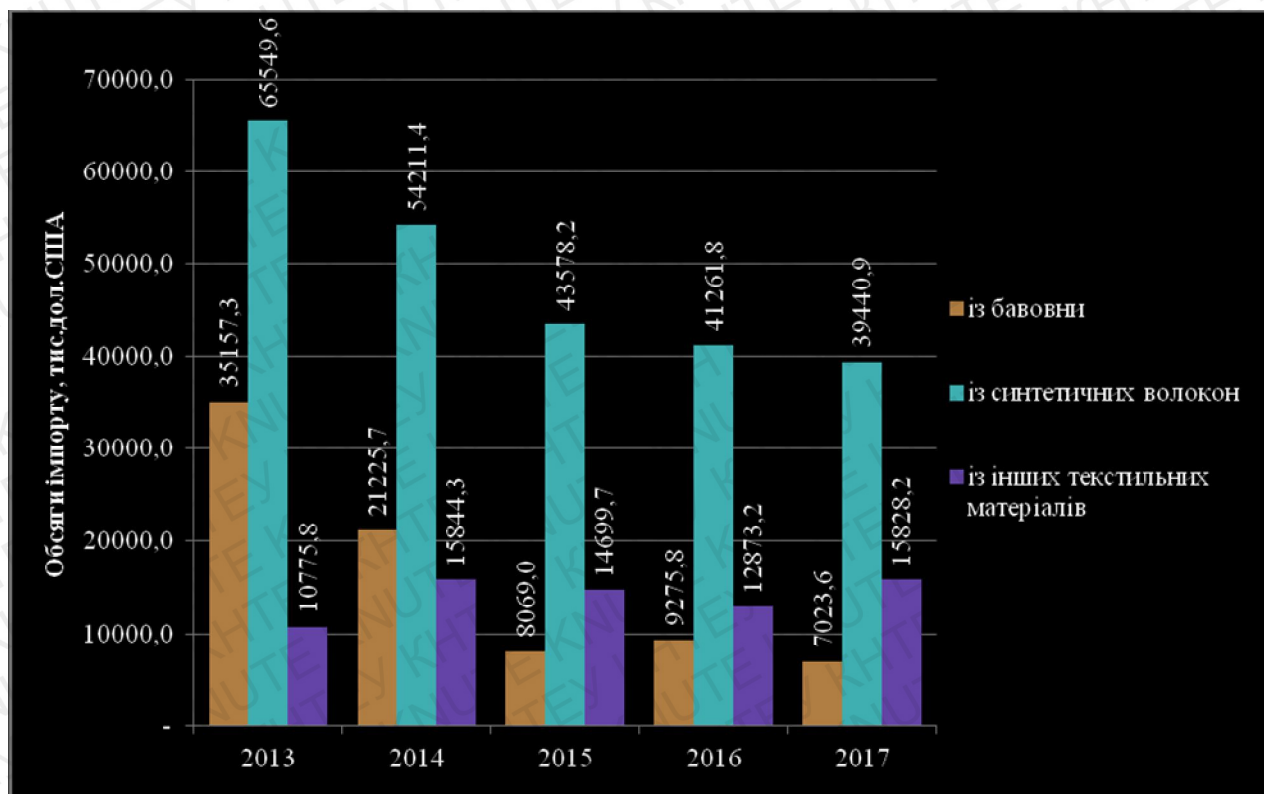


Рис.1.3 Обсяги імпорту одягу у період 2013-2017рр.

Побудовано автором за [2]

За різними оцінками, понад 60% продукції, що реалізується в торгівлі, є продукція іноземного походження. Протягом останніх 5 років обсяги імпорту одягу показували нестабільні зміни. Починаючи з 2013 р., кількість виробів із бавовни іноземного виробництва зменшувалась на ринку України. Така ж тенденція спостерігалася і з товарами іншого волокнистого складу. Щодо виробів із синтетичних волокон, їх імпорт у 2017 році зріс майже у два рази порівняно з 2013 р. Ринок України поповнюється імпортними ненатуральними швейними виробами (рис.1.3.).

Зовнішньоекономічна діяльність щодо експорту жіночих спідниць, вироблених в Україні, протягом періоду з 2013 р. по 2017р., також виявляє нестабільність. Проте характер змін на рис. 1.4., який демонструє зменшення обсягів експорту швейних виробів за кордон, не такий різкий у порівнянні зі щорічними показниками імпорту жіночих спідниць в Україну [8].

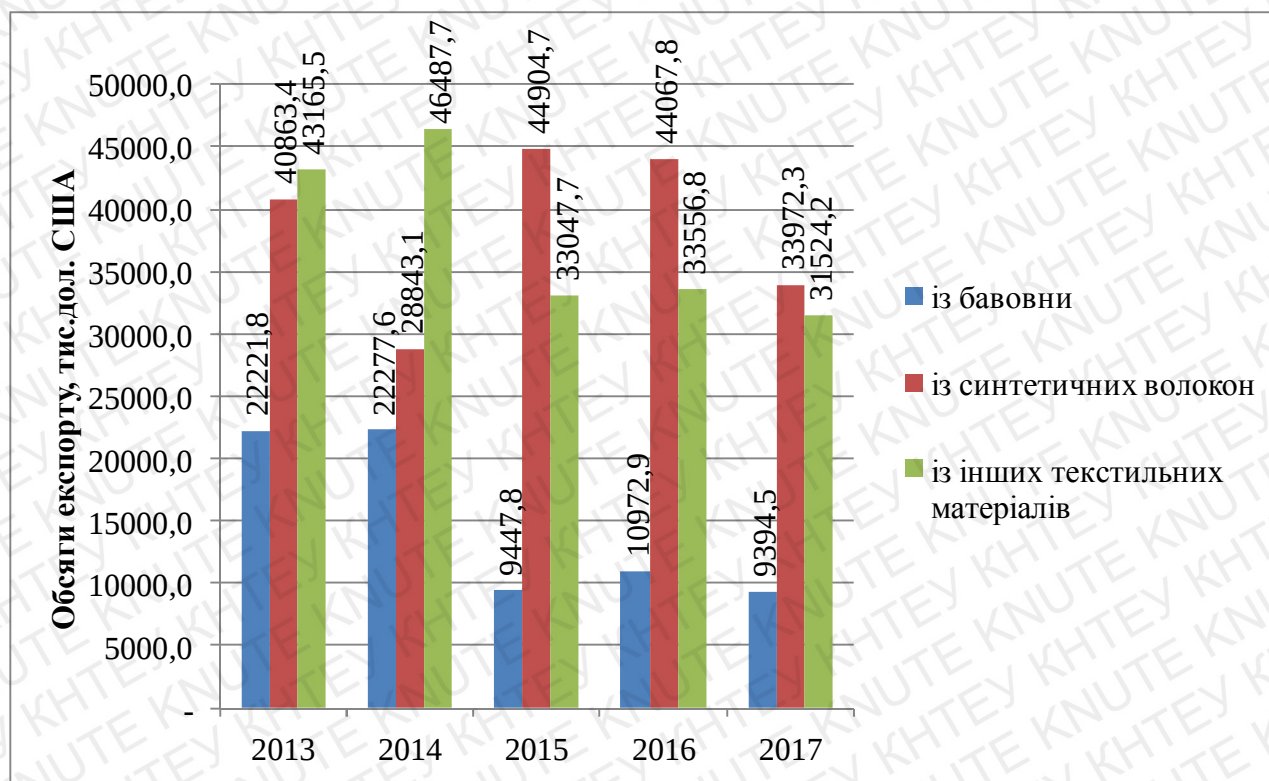


Рис.1.4 Обсяги експорту жіночого одягу у період 2013-2017рр.

Побудовано автором за [2]

За підсумками 2017 р. всього легка промисловість України експортувала продукції до 150 країн світу. Цікаво, що основними покупцями українського жіночого одягу були країни ЄС. Найбільше купували у Німеччині, Франції, Румунії, Великій Британії, Бельгії, Польщі, Нідерландах та Данії (рис.1.5.).

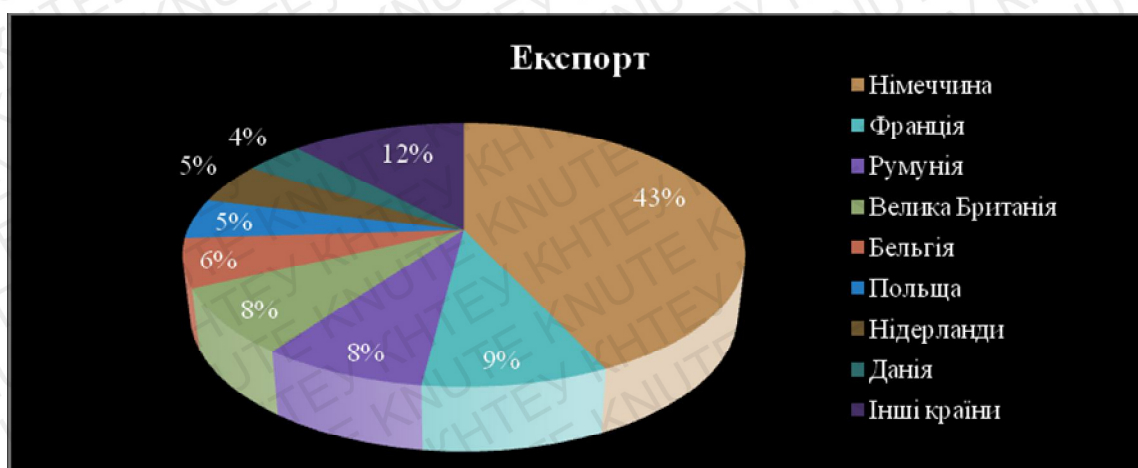


Рис.1.5. Основні країни-експортери України за 2017р.

Побудовано автором за [2]

Імпортерами жіночого одягу для виступили в більшості країни Азії, серед яких: Китай, Бангладеш та Туреччина. Серед європейських країн імпортували свою продукцію до України наступні: Польща, Естонія, Румунія, Португалія, Іспанія тощо (рис.1.6.).

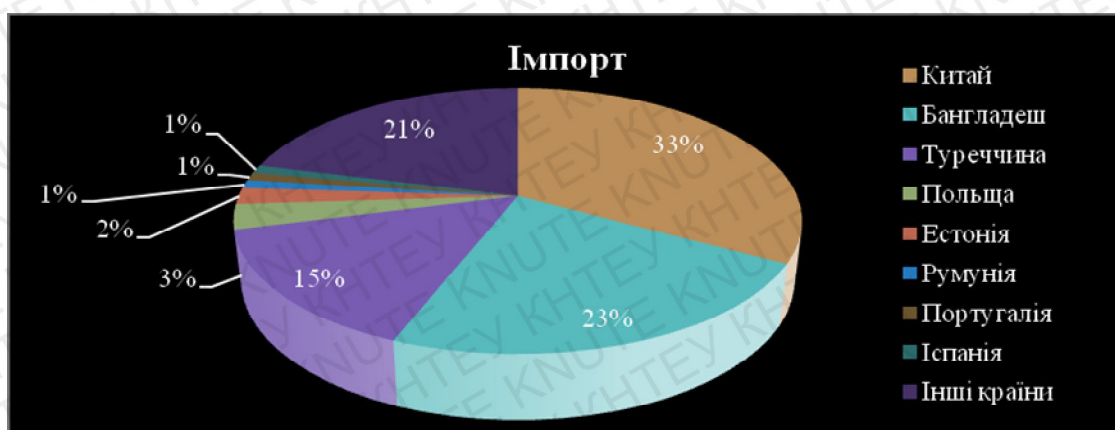


Рис.1.6. Основні країни-імпортери України за 2017р. [9].

побудовано автором за [2]

Порівнюючи обсяги імпортовано продукції з експортованою за останніх п'ять років, можна спостерігати, український ринок заповнений більше товарами іноземного походження в той час, як вироби власного виробництва відправляються за кордон. Слідкуючи за тенденцією зовнішньоекономічної діяльності, можна прогнозувати факт подальшого зменшення обсягів імпорту жіночих спідниць до України за умов розвитку власної легкої промисловості.

Отже, стабільне зростання обсягів виробництва одягу в Україні протягом останніх п'яти демонструє позитивну тенденцію та розвиток легкої промисловості в межах країни. Не зважаючи на це, зовнішня торгівля має нестабільний характер, вказуючи, що більшість товарів в Україні – іноземного походження.

1.2. Законодавчо-нормативне забезпечення виробництва та обігу жіночого одягу

Одяг – це виріб або сукупність виробів, які вдягає людина.

Верхній одяг – плечовий та поясний одяг, за винятком білизняних і корсетних виробів. Поясний одяг – одяг, що лягає на нижню опорну поверхню тіла, обмежену вгорі лінією талії, а знизу – лінією стегна.

Спідниця – поясний верхній жіночий або дівчачий одяг, яким укривають нижню частину тулуба й ноги до ступнів, обидві разом, частково або цілком [10].

Одним із найважливіших питань вітчизняної та світової промисловості є безпека непродовольчих товарів. Усі вони повинні відповідати вимогам безпеки у межах країни, де вони реалізуються.

Державні органи на регіональному рівні відповідають за контроль відповідності споживчих товарів вимогам безпечності. Ними розробляться обов'язкові вимоги до безпечності споживних товарів, а вже виробниками продукції враховуються в технічній документації на товар. До такої документації відносяться:

- технічні умови;

- методики випробування;
- регламент;
- технічний паспорт тощо.

Нормативно-правова база відповідає за кінцевий результат продукції легкої промисловості, починаючи від якості сировинних матеріалів, правильності їх виробництва до упакування, транспортування та реалізації у торговельних точках. Недотримання вказаних у нормативних документах вимог та правил призводить до появи дефектів виробничого та невиробничого характеру.

Стандарти розробляються на окремі види готових швейних виробів та на близькі за призначенням та виробничими особливостями групи товарів.

ДСТУ 2162-93 «Технологія швейного виробництва. Терміни та визначення» [11] є одним із базових нормативних документів, на які спирається технологія виробництва одягу. Поширюється він на різні види одягу, як жіночого, так і чоловічого, та встановлює терміни та визначення основних понять щодо технології швейного виробництва.

Залежно від виду одягу, від його сировинного складу, на кожен процес розроблені свої нормативні документи, що охоплюють увесь шлях товару від перевірки сировини до реалізації готового виробу. Відповідно до цього, існує низка стандартів для забезпечення якості та безпечності виробленої продукції.

Вимоги безпечності закладаються виробником на стадії проектування продукції, зберігаються в процесі виготовлення, зберігання, реалізації продукції кінцевому споживачу та використання протягом терміну експлуатації [12].

Основні вимоги до нехарчової продукції встановлені у Технічному регламенті щодо назв текстильних волокон і маркування текстильних виробів, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 14.01.2009 року № 13 та розроблений з урахуванням вимог Директиви Європейського Парламенту і Ради ЄС 96/74/ЄС від 16 грудня 1996 року про назви і правила маркування текстильних матеріалів.

Технічним регламентом затверджено такі документи:

- перелік назв текстильних волокон, що використовуються для маркування текстильних виробів;
- показник нормованої вологості, що використовується для розрахунку маси волокон, які містяться в текстильному виробі;
- перелік текстильних виробів, під час маркування яких не визначається відсотковий вміст текстильних волокон;
- перелік текстильних виробів, для яких обов'язковим є маркування на упаковці;
- план заходів щодо застосування Технічного регламенту.

Згідно з п.2 Технічного регламенту щодо назв текстильних виробів, встановлено, що дія цього Технічного регламенту поширюється на всі види текстильних волокон, інформацію, яка наноситься під час маркування текстильних виробів, і супровідну документацію на такі вироби на різних стадіях їх виготовлення та введення в обіг, а п. 3 вказує, що вимоги цього Технічного регламенту є обов'язковими для всіх суб'єктів господарювання незалежно від форми власності, сфера діяльності яких поширюється на текстильні волокна і вироби на різних стадіях їх виготовлення та введення в обіг на території України.

Термін – текстильні вироби, наведений у цьому технічному регламенті, вживається у такому значенні, що це – будь-яка сировина, напівфабрикати та готові вироби, маса текстильних волокон в яких становить не менш як 80 відсотків.

Маркування текстильних виробів здійснюється кожного разу, коли вони вводяться в обіг. Якщо вироби не призначені для кінцевого споживача або поставляються на виконання замовлення державних органів влади, вони поставляються із супровідною документацією

Маркування вітчизняних та імпортованих текстильних виробів, що вводяться в обіг, здійснюється українською мовою. Допускається маркування імпортованих виробів англійською мовою.

Маркування текстильних виробів здійснюється з урахуванням таких особливостей:

- виріб, що складається з двох чи більше частин, які мають різний склад волокна, повинен містити ярлик, в якому зазначаються відомості про склад. Таке маркування не є обов'язковим для частин, маса яких становить менш як 30 відсотків загальної маси текстильного виробу, за винятком основних підкладок;
- текстильний виріб, що складається з двох чи більше частин, склад волокна яких однаковий і які становлять єдиний комплект, повинен мати тільки один ярлик.

Жодний текстильний виріб не може мати позначення «100 відсотків волокна», якщо він не виготовлений повністю з такого волокна.

Перевірка на відповідність текстильних волокон і виробів вимогам цього Технічного регламенту проводиться під час введення зазначеної продукції в обіг на території України згідно із законодавством. [13].

Технічний регламент щодо назв текстильних виробів є спеціальним нормативно правовим актом, прийнятим Кабінетом Міністрів України, яким дозволяється вводити в обіг продукцію лише за умови її відповідності вимогам цього Технічного регламенту.

Контроль за дотриманням законодавства про технічні регламенти та оцінку відповідності та відповідність продукції вимогам технічних регламентів здійснюється шляхом державного ринкового нагляду і контролю нехарчової продукції.

Виробник продукції зобов'язаний:

- поставляти на ринок товари, які відповідають загальним вимогам безпеки;
- забезпечувати споживачів необхідною інформацією щодо потенційної загрози виробу, зокрема, коли це безпосередньо не очевидно;

- інформувати відповідні національні органи про факти щодо потенційної або прямої небезпеки виробів, а також співпрацювати з цими органами у контексті реалізації заходів, вжитих для захисту споживачів [14].

З метою обмеження дії небезпечних факторів шляхом встановлення критеріїв їх допустимого впливу на здоров'я людини було затверджено Положення про гігієнічну регламентацію та державну реєстрацію небезпечних факторів.

Згідно з Наказом Міністерства охорони здоров'я № 208 від 18.03.2016 Про затвердження Державних санітарних норм та правил «Матеріали та вироби текстильні, шкіряні і хутрові. Основні гігієнічні вимоги» текстильні матеріали та вироби з них повинні бути безпечними для здоров'я людини і відповідати призначенню.

Виконання вимог цих Державних санітарних норм та правил обов'язкове для підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, діяльність яких стосується виробництва та обігу матеріалів текстильних, шкіряних, хутрових та виробів з них.

Продукція, що реалізується повинна супроводжуватись позитивним висновком державної санітарно-епідеміологічної експертизи, відповідати своєму призначенню і за звичайних умов експлуатації не загрожувати здоров'ю і життю споживачів.

Державний санітарно-епідеміологічний нагляд за дотриманням підприємствами, установами, організаціями незалежно від форм власності державних санітарних норм і правил щодо матеріалів та виробів текстильних, шкіряних і хутрових при їх використанні, транспортуванні, зберіганні, маркуванні, пакуванні здійснюється територіальними органами Державної санітарно-епідеміологічної служби України [15].

Загальні світові вимоги до системи питань з технічного регулювання та оцінки відповідності зумовлюють необхідність спрямування діяльності України не лише на гармонізацію національної нормативної бази з міжнародною, а й на розроблення сучасних методів оцінювання показників якості продукції та

організацію акредитованих на міжнародному рівні лабораторій для проведення випробувань та видачі сертифікатів відповідності.

1.3. Чинники формування та збереження якості жіночих спідниць

Формування якості одягу складає собою визначення основних факторів, від яких залежить кінцевий результат виробленого продукту. Так як саме одяг є найскладнішою товарною групою, на їх якість впливає низка чинників, які загалом охоплюють усі процеси виробництва та сировинний склад матеріалів.

У формуванні якості жіночого одягу, зокрема спідниць, найбільше значення мають наступні чинники: якість сировинних матеріалів, процес виробництва та технологічної обробки виробів.

У швейному виробництві початковими матеріалами для виробництва жіночих спідниць виступають основні (тканина або трикотажне полотно), підкладкові, обробні, клейові, теплозахисні матеріали, а також фурнітура. Від матеріалів залежить відповідність одягу їх функціональному призначенню, віку та подоби споживачів, а також напрямку моди.

Комплекс гігієнічних властивостей матеріалів для виробництва жіночих спідниць забезпечує нормальну життєдіяльність організму людини в умовах зовнішнього середовища. Від пружно-еластичних властивостей матеріалів, а саме їх жорсткості, драпіруванню, незминальності та ін. залежить можливість створення необхідної об'ємно-просторової форми одягу і її надійність в експлуатації.

Тканини та вироби ткані поштучні розділені на дев'ять основних груп. Кожна з груп поділяється на пігрупи, що пов'язано з більш вузьким призначенням матеріалу для конкретних видів виробів з урахуванням їх соціального призначення. Серед тканин для виробництва одягу можна назвати наступні: костюмні; платтяні і платтяно-костюмні; сорочкові; плащові; пальтові; для спортивного одягу; докладні; підкладкові [16].

Для виготовлення швейних виробів на ПрАТ «Санта-Україна» використовують такий асортимент текстильних матеріалів:

- костюмні тканини ;
- підкладкові матеріали ;
- прикладні і допоміжні матеріали (нитки, фурнітура та ін.)

Найбільше для виробництва жіночих спідниць на ПрАТ «Санта-Україна» використовують костюмні тканини. Не залежно від гігієнічних функцій, костюмні текстильні матеріали повинні характеризуватись необхідною зносостійкістю і формостійкістю, гарантувати заданий термін експлуатації пошитих з них виробів, стабільність їх форми та розмірів при носінні.

Призначення підкладкових матеріалів – забезпечити необхідну і стабільну форму виробам і їх гігієнічність. Насамперед, підкладкові матеріали повинні мати малу усадковість і незминальність, підвищену жорсткість, високу стійкість до витирання, рівну гладку поверхню, малу здатність до забруднення. Найбільшою мірою цим вимогам відповідають тканини з віскозних, капронових та інших хімічних волокон.

Вибір кольорової гами та фактури основного матеріалу повинен відповідати стилю і призначенню виробу.

Підкладка підбирається в залежності від тканини верху, згідно її властивостей та кольору. Вона повинна мати мале збігання та стійкість фарбування до тертя та дії поту.

Для виробництва костюмних тканин переважно використовується кручена пряжа в основі й одинична в утку різної лінійної густини. Крім бавовняної пряжі у цих тканинах стали застосовувати бавовняно-віскозну, бавовняно-лавсанову та бавовняно-капронову пряжу.

Процес виробництва одягу включає наступні етапи:

- проектування;
- виготовлення.

На першому здійснюється розробка первинного зразка (моделі) швейних виробів і необхідної для нього технічної документації. Проектування включає процеси моделювання та конструювання, якими займаються художники-модельєри та художники-конструктори.

Моделювання – процес розробки нової моделі або первинного зразка, по якому виготовлятимуть вироби. У процесі моделювання розробляється форма, силует і крій виробу.

Поетапне конструктивне моделювання проводиться на базі основного креслення виробу, кожної його викрійки окремо і ілюструється малюнками.

Лише після ретельного вивчення всіх етапів конструювання і конструктивного моделювання основних виробів можна приступити до конструктивного моделювання різнообразного асортименту виробів легкої одягу.

Конструювання – процес розробки креслень деталей виробу за зразком і виготовлення лекал, а також розкрій тканини і комплектування усіх потрібних деталей. Конструювання є одним з найважливіших етапів виробництва одягу, оскільки допущені помилки на даному етапі можуть викликати зміну зовнішнього вигляду, якості посадки виробу на фігурі, які практично неможливо усунути для розміру. При розробці конструкції одягу як вихідну базу використовують розмірні ознаки типових фігур, що проводяться у відповідних стандартах. Внутрішня форма одягу і її лінійні виміри визначаються формою і розмірами тіла людини.

На даному етапі розробляються технічні описи, що включають зарисовку та опис зовнішнього вигляду виробу, розміри, що рекомендуються і довжини, перелік матеріалів, що рекомендуються для виробництва, виміри готового виробу, і відхилення, що допускаються від абсолютних величин, технічні вимоги до якості виготовлення виробу, норма витрат матеріалів на виріб середнього розміру і довжини, специфікація деталей і лекал.

На другому етапі, виготовленні виробу, здійснюється впровадження моделі у виробництво, що забезпечує створення швейного виробу за первинним зразком або його тиражування. Увесь процес виготовлення складається з підготовчого розкрійного етапу, власне пошиття та волого-теплової обробки й обробних операцій.

У масовому виробництві швейні вироби виготовляють за спеціально розробленими й затвердженими зразками – моделями. Моделювання швейних виробів включає декілька етапів: створення ескізу, макетування, і виготовлення моделі із запроектованого матеріалу [17].

Створення ескізу – втілення ідеї художника-модельєра в ескізі, тобто площинному зображенні на папері. У ньому відбиваються пластика форми, ліній, пропорцій, колірне вирішення моделі та визначається її конструкція. Створенню ескізу передують вивчення і аналіз існуючого асортименту виробів, вимоги до них, напрями моди.

Макетування – перевірка задуму художника в об'ємній формі. Макетом є об'ємне зображення виробу, який дає уявлення про його форму, композицію і конструкцію. Макетування здійснюється шляхом накладки паперу або спеціальної макетної тканини на манекен або фігуру манекенника. При цьому опрацьовують об'ємну форму виробу, знаходять оптимальне конструктивне рішення, уточнюють композицію, обробку, місце її розташування у виробі і т.д.

У процесі створення готової моделі використовують лекала. Вони є шаблонами деталей одягу, по якому розкроюють матеріали в процесі виробництва.

Технічні описи разом, розроблені під час конструювання виробу із комплектом лекал і зразком-еталоном виробу відправляють у виробництво. На даному етапі формуються основні властивості виробу, що визначають зовнішній вигляд, якість посадки на фігурі, необхідну об'ємну форму, товарний вигляд, а також інші властивості одягу, такі, як довговічність та надійність [18].

Волого-теплова обробка – обробка деталей або виробу спеціальним обладнанням із використанням вологи, тепла й тиску. Її проводять для надання виробам необхідної форми, розпрямлення зім'ятих ділянок тканини, розпрасування й запрасування швів, зменшення товщини окремих ділянок одягу, з'єднання деталей швейних виробів.

Основними операціями волого-теплової обробки є: пропарювання, розпрасування, запрасування, припрасування, спрасування, відтягування,

пресування, відпарювання, декатирування, фальцювання тощо. Після волого-теплової обробки проходить заключний оздоблювальний етап, який включає процеси, індивідуальні для кожного виду виробу. Після оздоблювальних операцій вироби надходять на склад готової продукції.

Збереження заданого рівня якості текстильних виробів у процесі їх зберігання та експлуатації як і їх формування в умовах виробництва, залежить від багатьох чинників. Основними серед них слід вважати: фізико-хімічні (дія вологи, температура, світла, опадів, кисню та інших компонентів повітря), механічні (пошкодження від тертя, розривів, сильного розтягування тощо), біологічні (пошкодження мікроорганізмами, міллю, гризунами) та комбіновані (дія світло погоди, вплив опадів та ін.)

Важливе значення у збереженні рівня якості текстильних виробів та їх основних споживних властивостей у процесі зберігання й транспортування мають: повнота їх маркування, правильне складання та пакування, раціональні умови транспортування й збереження, а також необхідний догляд за ними.

Складання поштучних текстильних виробів у пачки, коробки та інші види тари суттєво полегшує і спрощує роботу з ними в процесі пакування, транспортування, зберігання та продажу умовах виробництва й торгівлі.

Для транспортування текстильних виробів може використовуватися жорстка, напівжорстка та м'яка тара.

Маркування текстильних поштучних виробів містить, як правило, інформаційно-довідковий та інструкційний характер. Так, наприклад, інформація про волокнистий склад полотен та вміст у них окремих видів натуральних і хімічних волокон дозволяє прогнозувати не тільки зносостійкість, гігієнічність та інші споживні властивості готових виробів з цих полотен, а й визначає порядок і особливості їх прання, хімічної чистки, прасування та інших видів догляду за цими виробами.

На деякі полотна (вовняні, шовкові, з високим вмістом синтетичних волокон) при їх маркуванні наносять попереджувальні символи, які регламентують вибір миючих засобів і температуру прання, хімічної чистки й

прасування, а також специфіку догляду за ними при їх експлуатації. Крім маркувальних ярликів, ця інформація може доповнюватися ще й окремими інструкціями [19].

Оптимальні умови зберігання текстильних полотен і виробів забезпечуються з урахуванням впливу на них вологи, підвищеної і пониженої температури, дії світла та інших атмосферних чинників. Виходячи з цього, у процесі зберігання цих товарів створюються такі умови, які б виключали або зводили до мінімуму руйнування текстильних полотен чи суттєву зміну їх основних споживних властивостей (естетичних, гігієнічних, механічних тощо).

Тривале зберігання в сухих приміщеннях при підвищеній температурі вовняних і напіввовняних виробів призводить до підвищення їх жорсткості. Особливо негативно впливає на зміну споживних властивостей різка зміна вологості й температури. Часто це призводить до появи плям, зміни відтінків забарвлень і в цілому – погіршення зовнішнього вигляду полотен.

Збереження якості текстильних виробів при їх транспортуванні залежить від багатьох чинників: вибору оптимальних способів пакування і транспортування, щільності укладання товару в тарі, вибору надійних транспортних засобів, ступеня захисту товару від дії механічних та біологічних чинників при транспортуванні та ін.

Належні умови догляду за текстильними виробами, як і забезпечення оптимальних умов їх зберігання, дозволяють не тільки зберегти їх первинний зовнішній вигляд, а й продовжити термін використання. Тому не випадково правила догляду за текстильними полотнами регламентуються відповідними нормативними документами. Серед цих правил особливо слід виділити найбільш важливі принципи догляду за текстильними товарами на стадії їх реалізації в торгівлі та експлуатації в побуті. Це стосується, насамперед, їх захисту від дії несприятливих атмосферних чинників, а також руйнівної дії мікроорганізмів, молі і гризунів [20].

Так, наприклад, у ДСТУ 2122-93 «Матеріали для одягу. Символи та вимоги» [21] догляду згруповано основні символи, які регламентують режими

прання, вибілювання, хімічної чистки та прасування текстильних виробів, виготовлених з полотен різного волокнистого складу.

Як правило, окремо нормуються режими прання, хімічного чищення і прасування для бавовняних я лляних, вовняних і шовкових, а також синтетичних полотен. Окремо виділяються символи для виробів, які не повинні пратися, а лише піддаватися хімічній чистці. Відповідними символами позначаються полотна, які не рекомендується в процесі експлуатації прасувати чи піддавати хімічній чистці.

1.4.Особливості класифікації жіночих спідниць

Одяг має найбільшу питому вагу в асортименті та включає понад 2000 видів. Єдиної загальноприйнятої класифікації швейних виробів немає. Відповідно до Державного класифікатора продукції та послуг використовують різні класифікації:

- навчальну;
- стандартну;
- торговельну.

Зміна форм одягу відбувається на кожному етапі розвитку людського суспільства. Це відображає вимоги суспільного устрою, розвитку техніки, економіки, а також своєрідності національної культури, особливості побуту, художні смаки та традиції народу.

Під одягом розуміють широкий комплекс предметів, таких як білизна, легке та верхнє плаття, головні убори, взуття, рукавички, панчохи та інші вироби.

У класифікації швейних виробів, зокрема одягу, враховують різноманітні ознаки: призначення, умови експлуатації, сировинний склад матеріалів для шиття, конструкцію, види оздоблення, спосіб виготовлення, розмірні ознаки, сезон, статево-вікові ознаки тощо.

Спідниця (від укр. спід. – низ, нижня частина) - поясний верхній жіночих або дівчачий одяг, яким укривають нижню частину тулуба й ноги до ступнів, обидві разом, частково або цілком [10]. Спідниця є самостійним видом асортименту одягу, а також може бути частиною комплекту або ансамблю.

Визначеної класифікації жіночих спідниць не існує. Проте, проаналізувавши низку джерел, створено схему на рис.1.7, де відображено види жіночих спідниць за різними класифікаційними ознаками.

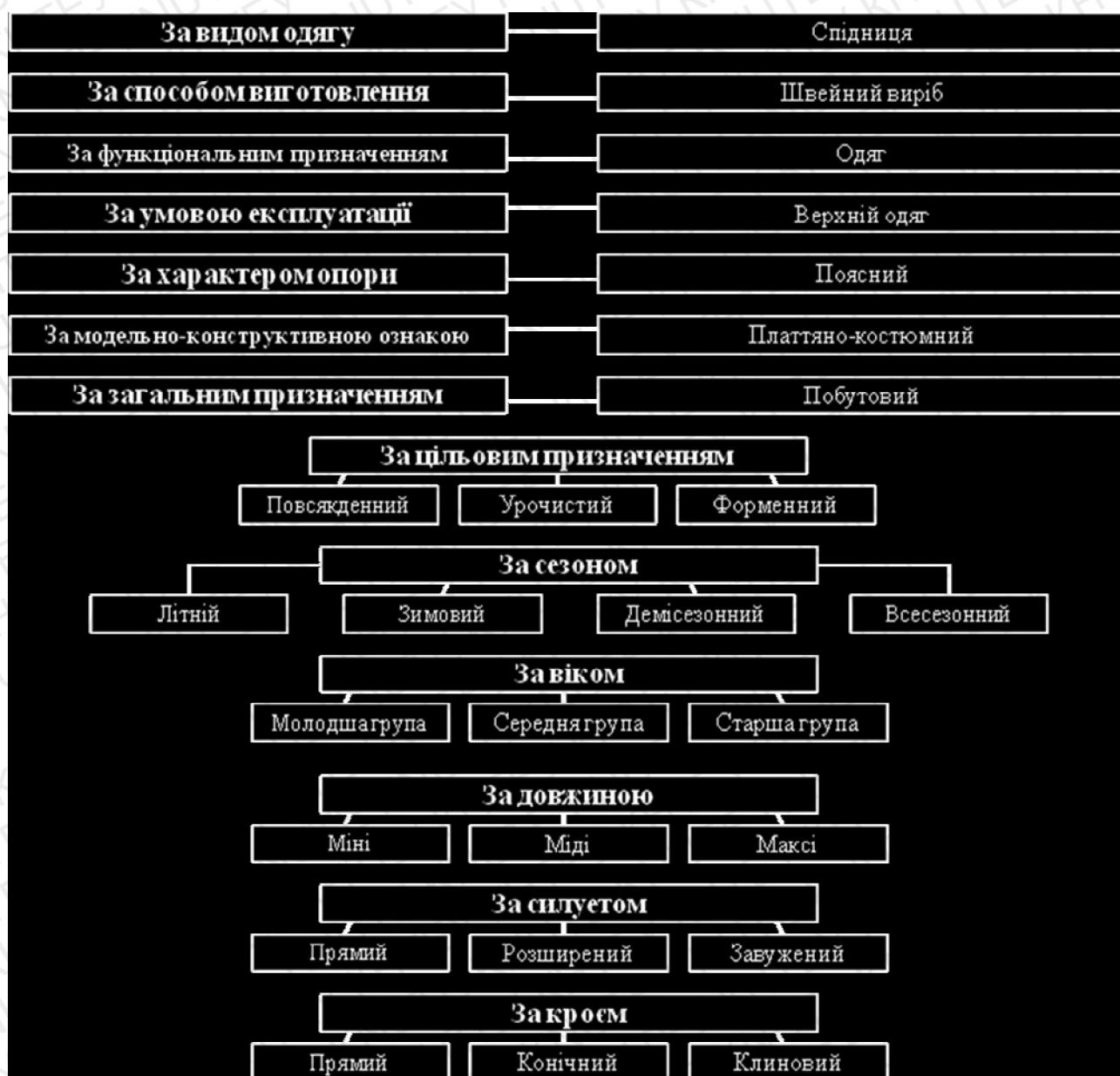


Рис.1.7 Схема класифікації жіночих спідниць

Побутовий одяг – це одяг для носіння в різних побутових та суспільних умовах. Він призначений для носіння в різних умовах, має універсальне застосування, є багатофункціональним, повинен бути модним і гарним, сучасним за формою і використаними матеріалами, створювати комфортні умови для людини, відповідати формі й розмірам її тіла.

Спідниця складається з переднього і заднього полотнищ з поясом, застібною, кишнями чи без них. Асортимент спідниць складається з виробів різних стилів, силуетів та конструктивного вирішення. За кроєм спідниця може бути безшовна, одношовна, двошовна, тришовна тощо.

За конструктивними вирішеннями спідниці можуть бути: прямо кроєні, спідниця із клинів, кола та його частин, комбіновані, а також спідниця з вставними полотнищами у вигляді квадратів, прямокутників тощо, які можуть створювати складні об'ємні форми при відносній простоті моделювання. Довжина і конструктивне вирішення спідниці залежать від напрямку моди. Спідниці оздоблюють вишивкою, контрастною оздоблювальною строчкою, рюшами, мереживом, аплікацією тощо.

Для виготовлення спідниць використовують шовкові, бавовняні, вовняні, лляні та інші платтяно-костюмні тканини, а також штучну і натуральну шкіру, трикотаж тощо, проте найпоширенішим варіантом для виробництва жіночих спідниць залишаються платтяно-костюмні тканини.

Загалом прямі спідниці займають найбільшу частку вироблених виробів.. Основою прямої спідниці є спідниця класичного крою, яка складається із заднього та переднього полотнища. Має два бічних шва та виточки по лінії талії. На основі крою прямої спідниці можна промодельовати різні фасони спідниць: з воланом, складками, на кокетці та інші.

Також шиються конічні та клинкові спідниці. Конічні по зовнішньому вигляду нагадують зрізаний конус. До їх різновидів належать спідниці кльош, сонце та напівсонце.

Основу клинових спідниць становить клин. Усі клини спідниці однаково розширені донизу, у наслідок чого рівномірно розподіляються м'які складки.

Застібка розташовується в бічному шві, якщо кількість клинів парне, і - знаходиться позаду при непарному числі клинів [23].

Отже, існує безліч класифікаційних ознак, за якими визначають різновиди жіночих спідниць, що дає змогу виділити основні їх види.

1.5. Шляхи підвищення якості та забезпечення конкурентоспроможності жіночого одягу в Україні

«Конкуренція» у перекладі з латині означає «зіткнення». Вона є формою взаємного суперництва суб'єктів ринкової економіки, тобто фірм-виробників. Об'єктом конкурентної боротьби є потреби споживачів та їх обмежений платоспроможний попит, задоволення якого гарантує підприємству отримання цільового прибутку. Конкуренція зобов'язує фірм-виробників створювати конкурентоспроможний товар чи послугу, тобто такий, що володіє більшою здатністю до задоволення потреб споживача в порівнянні з аналогічним товаром фірми-конкурента [24].

Легка промисловість України поступово підвищує свою потужність і її показники стабільно зростають ось уже кілька років поспіль. У країні активно розвиваються текстильна, швейна, трикотажна, шкіряно-взуттєва, шкіргалантерейна, хутряна та інші сфери.

Конкурентоспроможність продукції, обумовлена співвідношенням її якісних і вартісних показників, відіграє істотну роль як при вирішенні питань економічної ефективності підприємств на внутрішньому економічному ринку країни, так і в процесах інтеграції української економіки у світову економічну систему. У зв'язку з цим якість продукції розглядається як важливий стратегічний фактор у конкурентній боротьбі.

До чинників, що забезпечують конкурентоспроможність продукції відносяться:

- продукт (відображає рівень якості продукції, її стиль, унікальність, зручність у використанні тощо);

- ціна (відображає рівень ціни порівняно з іншими конкурентами);
- канали збуту (характеризує форми збуту, стан ринку, систему транспортування та складування);
- реалізація (відображає ефективність діяльності маркетингових служб, дієвість реклами, використання систем просування товару на ринок тощо);
- рівень кадрового потенціалу та управлінських структур (відображає кваліфікаційний рівень персоналу підприємства, ефективність використання кадрового потенціалу, прогресивність управлінської структури та її мобільність тощо).

Конкурентоспроможність України займає 81-у позицію серед 137 країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2017-2018рр [25].

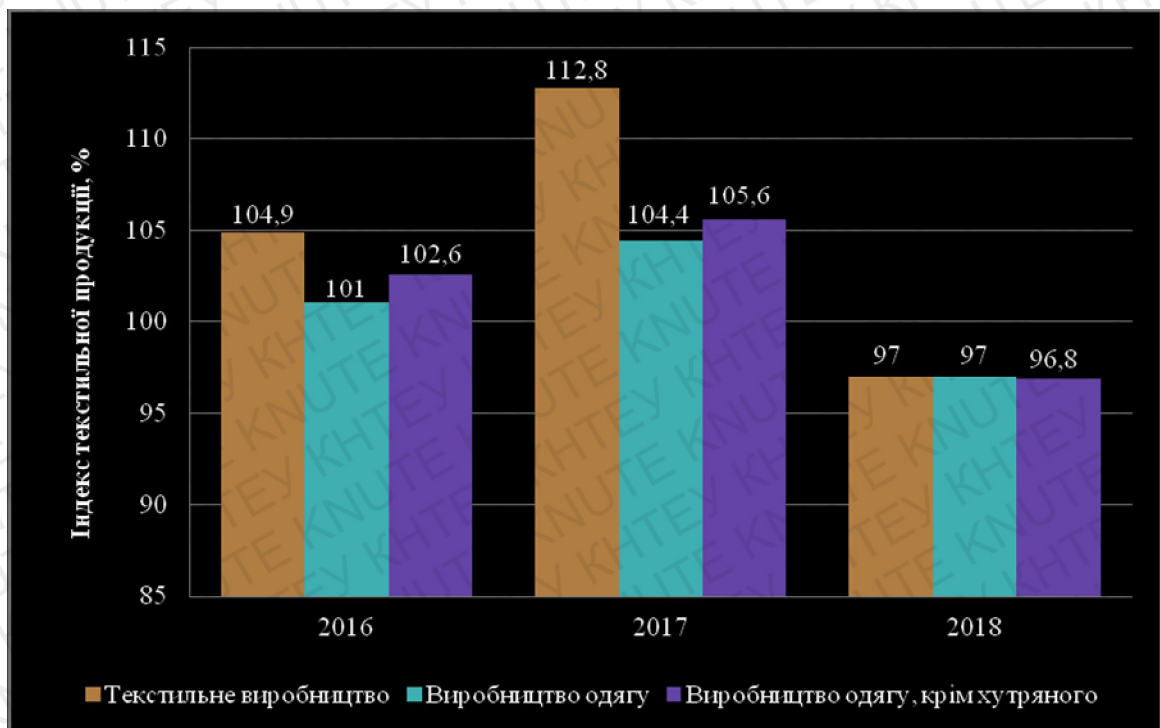


Рис.1.8 Індекс текстильної продукції України за видами у період 2016-2018рр.

Щодо текстильного виробництва, то за даними Державної служби статистики України, індекс текстильної продукції протягом останніх п'яти років нестабільно змінювався. Згідно з даними, максимального рівня він досяг у

2017 році, досягнувши рівня у 107%. На сьогоднішній день за проміжок часу січень-вересень 2018 року, індекс текстильної продукції знизився до 97%.

Аналіз даних показує, що минулий рік був періодом зростання показників як виробництва одягу, так і текстильного виробництва, та виробництва одягу, крім хутряного. Найбільшого спаду зазнало текстильне виробництво в період 2017-2018рр. Наразі індекс сягає показника 97% (рис.1.8.) [26].

Розвиток експортних відносин показав, що продукція вітчизняних підприємств є неконкурентоспроможною на світовому ринку саме з якості.

Потенціал українського ринку тканин колосальний. Потреба в текстилі постійно росте, проте споживачі хочуть здобувати насамперед якісний товар. Якщо ще декілька років тому визначальною при виборі продукції була ціна, сьогодні на першому місці якість. Легка промисловість в Україні має серйозні перспективи для подальшого розвитку навіть за участі сильних конкурентів на ринку.

Однак більшість вироблених в Україні тканин та виробів не задовольняють потреб покупців. У свою чергу виробники приводять низку факторів, що не дають змоги їм випускати якісний товар. Серед них: застаріле устаткування, хронічна нестача оборотних коштів, відсутність кваліфікованих працівників тощо [27].

Найбільше проблем для українських виробників текстильних виробів створює недосконалість вітчизняного законодавства, насамперед у митній, податковій, інвестиційній сферах і сфері стандартизації та сертифікації продукції [28].

Підприємства України працюють за умов світових цін на сировину, матеріали та устаткування, які формують 65-80 відсотків собівартості продукції. Водночас, витрати на оплату праці становлять лише 10-20 відсотків у собівартості продукції. Тому вітчизняні товари не витримують цінової конкуренції з контрабандними та контрафактними товарами.

Як наслідок, за таких умов продаж вітчизняних товарів легкої промисловості на внутрішньому ринку незначний. Більше 50% товарів легкої

промисловості виробляється підприємствами на умовах переробки давальницької сировини і постачається до країн ЄС. Водночас легка промисловість пов'язана з багатьма суміжними галузями і обслуговує весь господарський комплекс країни має велику ємність ринку, короткий життєвий цикл виробництва товарів, що дозволяє підтримувати стійкий попит на вироблену продукцію [29].

Національна економіка потребує глибоких перетворень. В Україні продовжує відбуватися поступова втрата вітчизняними виробниками позицій на внутрішнього ринку товарів, що пов'язано не лише із воєнними діями, а і із значними структурними деформаціями в національній економіці та низькою конкурентоспроможністю підприємств в умовах відкритості економіки. Це призводить до зниження конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств та споживчого попиту на неї [30].

Через загальну непрозорість ринку, неврегульованість імпорту, обсяги якого щорічно збільшуються, та нерівні умови конкуренції товари легкої промисловості імпортуються в Україну в обсягах, що спричиняють витіснення вітчизняних підприємств легкої промисловості із внутрішнього ринку, обсяги виробництва їх продукції зменшуються, а деякі вимушені припиняти свою виробничу діяльність. Вагомою загрозою для вітчизняної легкої промисловості є контрабандне ввезення в Україну товарів. За даними експертів контрабандна продукція займає біля 70 % ринку.

Питання конкурентоспроможності вітчизняної продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, її суттєва залежність від енерго- і ресурсомісткості формує потребу реформування системи підтримки вітчизняної науки за цим напрямом. Запровадження нових енергозберігаючих технологічних процесів та устаткування дозволить внести зміни до застарілої неефективної економічної та енергоємної структури держави задля сповільнення процесу зниження потенціалу розвитку проривних технологій та закріплення технологічного відставання.

Також важливим заходом на шляху розвитку інноваційної та наукової діяльності має стати впровадження нових ресурсозберігаючих технологій виготовлення виробів з натуральних шкір і хутра, штучних і декоративно-оздоблювальних матеріалів з метою створення безпечного й комфортного середовища проживання людини [31].

Отже, проблема забезпечення і підвищення якості та конкурентоспроможності продукції актуальна для всіх країн і підприємств. Якість продукції в умовах конкуренції є головним стимулом придбання продукції, одним з факторів її конкурентоспроможності.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА ЯКОСТІ ЖІНОЧИХ СПІДНИЦЬ

2.1. Аналіз асортименту жіночих спідниць на підприємстві

Асортимент швейних виробів вирізняється різноманітністю виробів за призначенням, видам, фасонам, застосовуваних матеріалів, розмірами. Номенклатура швейних виробів у свою чергу нараховує декілька тисяч найменувань.

Правильне формування асортименту одягу має велике значення для задоволення потреби в одязі різних категорій споживачів. Не менш важливе задоволення вимог споживачів, на яке впливає оновлення асортименту одягу внаслідок зміни моди, використання нових видів тканини та фурнітури, вдосконалення виробництва [32].

При формуванні асортименту і структури випуску продукції підприємство повинно враховувати, з одного боку, попит на дані види продукції, а з іншою - найбільш ефективне використання трудових, сировинних, технічних, технологічних, фінансових і інших ресурсів, що є в його розпорядженні. Система формування асортименту включає в себе:

- визначення поточних і перспективних потреб покупців;
- оцінку рівня конкурентоздатності або продукції, що планується до випуску, що випускається;
- вивчення життєвого циклу виробів на ринках, вживання своєчасних заходів по впровадженню нових, більш довершених видів продукції і вилучення з виробничої програми морально застарілих і економічно неефективних виробів;
- оцінку економічної ефективності і міри ризику змін в асортименті продукції.

Згідно з діючими Правилами продажу окремих видів товарів, асортимент, що пропонується до продажу, визначається самостійно та відповідно до спеціалізації діяльності підприємства. Проте, беручи до уваги необхідність постійного регулювання асортименту товарів, та враховуючи зміни кон'юнктури ринку та інших чинників, на підприємствах можуть бути використані асортиментні переліки товарів. Наявність таких переліків дозволяє не тільки раціонально регулювати асортимент товарів, але і систематично контролювати його повноту і стабільність [33].

Продукція ПрАТ «Санта-Україна» виробляється на базі одного підприємства, яке знаходиться у м.Первомайськ Миколаївської області. Це приватне акціонерне товариство працює на давальницькій основі та виконує замовлення щодо пошиву жіночого одягу зарубіжним замовникам.

Серед замовників одягу можна назвати наступні: Marc Jacobs (США), Precis, Planet (Велика Британія), GERARD DAREL (Велика Британія), Pablo (Франція), Antonelle (Франція), DOLCHE & GABBANA (Італія), MOSCHINO (Італія), S.Oliver (Німеччина), OUI (Німеччина), Jakes (Німеччина), Witteveen (Німеччина), Promiss (Німеччина), Kyra & Ko (Німеччина), SWING (Німеччина), Ashley Brooke (Німеччина), MADELEINE (Німеччина), Peek & Cloppenburg (Німеччина), Joseph Janard (Німеччина). До асортименту продукції, яка виробляється на ПрАТ «Санта-Україна» належать: жакети, сукні, блузи, штани та спідниці жіночі, що наведені у табл.2.1[34].

Таблиця 2.1

Товарний асортимент та його обсяг на ПрАТ «Санта-Україна» у 2017р.

Найменування виробу	Виробництво на місяць, тис.шт.	Виробництво на рік, тис.шт.	Питома вага, %
Жакети	12,6	140,0	12
Штани	18,9	208,0	18
Спідниці	31,5	346,5	29
Сукні	18,9	208,0	18

Блузи	25,0	275,0	23
Всього	106,9	1177,5	100

Частка виробництва жіночих спідниць «Санта-Україна» становить близько 29% відносно до всього асортименту товарів, що є для вузькоспеціалізованого підприємства немалим показником (рис.2.1.).

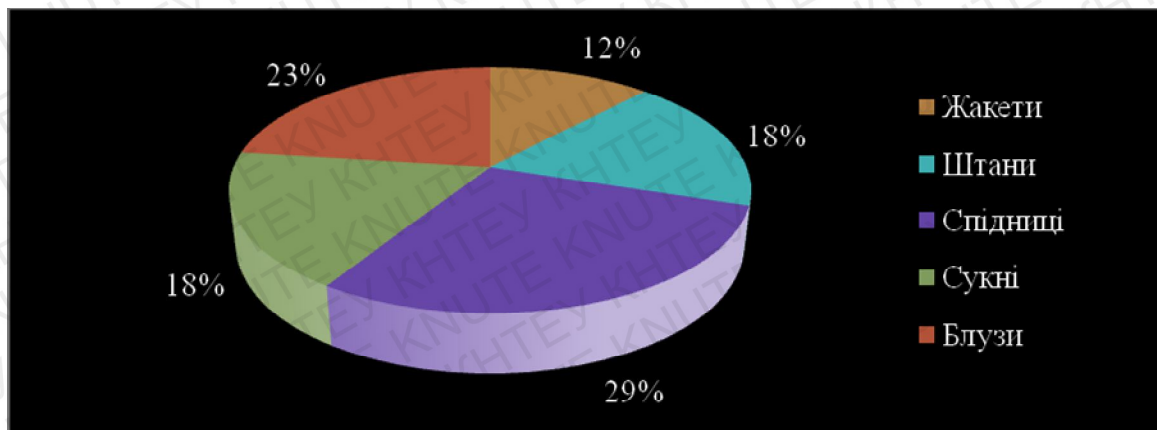


Рис.2.1 Питома вага виробництва різних видів виробів на ПрАТ «Санта-Україна» у 2017р. (Додаток А)

Сьогодні моделі спідниць, представлені в асортименті підприємства, різноманітні не тільки за своїм дизайном, але й за видом тканин, які використовують для їхнього пошиття. Для виробництва виробів використовуються тканини різного волокнистого складу (льон, віскоза, поліестер, бавовна, вовна, акрил з поліамідом).

У сучасній моді можна побачити спідниці різного силуету, довжини, фасону. За асортиментними групами залежно від сезону виробництво спідниць на фабриці представлено різними видами, серед яких літні, зимові, демісезонні (для весняно-осінньої погоди) та всесезонні (для будь-якої пори року). За статевовіковою ознакою одягу на базі ПрАТ «Санта-Україна» виробляються жіночі спідниці для молодшої вікової групи (від 18 до 29 років), середньої (від 30 до 44 років) та старшої (від 45 років).

Асортимент жіночих спідниць, представлених у виробництві ПрАТ «Санта-Україна» представлений побутовими товарами, призначеними для

носіння у різних побутових та суспільних умовах. Такі вироби забезпечують захист організму людини від негативного впливу навколишнього середовища.

В залежності від використання побутовий одяг представлений як повсякденними (призначеними для носіння в різних побутових та суспільних умовах) та урочистими (для свят та урочистих випадків) моделями.

Таблиця 2.2

Виробництво різновидів спідниць на ПрАТ «Санта-Україна» за 2017р.

Різновид спідниці	Виробництво на рік, тис.шт.	Питома вага, %
Кльош	42,5	12
Олівець	96,2	28
Годе	81,5	24
Портфель	34,0	10
Бочечка	62,3	18
Тюльпан	30,0	8
Всього	346,5	100

Різновидами спідниць є: спідниця банан, спідниця портфель, пачка, спідниця кльош, саронг тощо.

Спідниця годе (від фр. *godet* - зморшка на тканині) – спідниця, яка розширюється від стегон чи коліна. Вона складається із чотирьох, шести, восьми або десяти суцільнокрійних або вставних клинів. Вставні клини спідниці годе вшивають в її нижній частині. У результаті вшивання клинів утворюються фалди - м'які складки, які формуються під дією власної ваги. Розмір клина характеризується двома величинами - рівнем початку годе і величиною розширення, які залежать від задуму модельєра, довжини виробу і висоти вшивання клина в основні деталі.

Спідниця кльош – спідниця, що плавно розширюється від стегон за рахунок крою. Може бути спідниця кльош:

- 1/4 сонця;

- **спідниця напівсонце** – спідниця, конструкція якої на площині має форму півкола. Спідниця півсонце має один шов, розміщений ззаду. Нитка основи розміщена по задньому шву, нитка утку – посередині переду, тому фалди утворюються з боків

- **спідниця сонце** – спідниця, конструкція якої на площині має форму кола. Вона не має шва, якщо це дозволяє ширина тканини 140-150 см.

Спідниця портфель – широка спідниця на запах. Лінія запаху може мати різну форму.

Є також спідниці зі складками, плісе, гофре, зборками по талії, різними лініями членування: кокетки, підрізи, рельєфи тощо.

Спідниця є різноманітною не тільки за конструктивним вирішенням, а й за силуетом. Залежно від силуетної форми виділяють такі різновиди спідниці:

- **спідниця банан** – спідниця довжиною до кісточки, що зшита з клинів особливої форми, які по спіралі обвивають фігуру;
- **спідниця бочечка** – спідниця з широким поясом призібрана зборками або складками по талії та по низу
- **спідниця тюльпан** – спідниця зі складками по талії, що звужується донизу, крій якої нагадує перевернену квітку тюльпана [35].

Розташування положення конструктивної лінії талії спідниці змінюється залежно від модних тенденцій. Спідниця може мати будь-яку довжину. Основними видами спідниць за довжиною є такі, як міні, міді і максі.

Міні-спідниця (від англ. *minimal* - мінімальний) – дуже коротка спідниця довжиною вище колін на 15 см і більше.

Спідниця міді – розширена донизу спідниця, довжиною до середини литки або трохи нижче коліна. Це щось середнє між короткою і довгою спідницею, і цей варіант, мабуть, найпоширеніший.

Спідниця довжиною максі (від англ. *maximum* - максимум) – спідниця довжиною до щиколотки або аж до підлоги. Вона доречна в будь-який час року, відмінно приховує недоліки фігури і сьогодні користується величезною популярністю [36].

Існують інші різновиди спідниць (Додаток Б). Наприклад, спідниця-штани - укорочені штани з широкими колошами зі складками по лінії талії .

Кілт, (шотланд. kilt) – картата спідниця на запах спереду і складками ззаду та з боків. Це елемент чоловічого шотландського національного костюма, тому таку спідницю ще називають шотландською. У середні віки кілт виготовляли зі куска пледу розміром 5х 1,5 м. Ним обгортали нижню частину тулуба, створюючи спідницю, а кінець перекидали через плече на груди. Кілт - це спідниця, передній край якої оброблений бахромою. Вона застібається за допомогою трьох-чотирьох металевих пряжок на ремінцях зі шкіри чи замші та знизу на велику декоративну англійську шпильку. Кілт став зразком для різних варіантів жіночих спідниць зі складками, у тому числі на запах спереду [37].

Пачка – пишна, коротка багатошарова спідниця для танцівниць, яку використовують у класичному балеті.. Спочатку пачку виготовляли з мусліну чи тарлатану (однотонної прозорої бавовняної або шовкової тканини), які складали у кілька шарів, а пізніше - з легких, пружних синтетичних тканин.

Саронг – спідниця-пов'язка з одного куска бавовняної тканини довжиною 7,0 - 10,0 м, обгорненого навколо стегон і закріпленого за допомогою закрученого верхнього краю. Таку спідницю виготовляють довгою без шва, з вільними драпіровками на стегнах. Для виготовлення використовують яскраві тканини, прикрашені візерунками та вишивкою.

Спідниця – це одяг, який жінки носять здавна. В історії народного українського костюма можна виділити такі основні види спідниць: плахта, дерга, запаска тощо.

Плахта (від укр. плат - кусок полотна або іншої тканини) – традиційний жіночий святковий одяг українців. Крій плаhti - це два прямокутники, які зшиті довгими боками до середини і шов зроблений у вигляді кіл. Скріплені куски тканини складені посередині, зшитий кінець (стан) прикриває задню частину тіла, а незакріплені смуги (крили, криси) звисають позаду. Для виготовлення плаhti використовували вовняні картаті тканини з рисунком,

клітинки яких були заповнені додатковими геометричними фігурами (ромбами, колами, багатокутниками). Спереду плахту закривали фартухом.

Дерга (від укр. джерга - запаска з не пофарбованої тканини) – спідниця, зазвичай чорного кольору, яка складалася з трьох зшитих довгими боками прямокутників тканини, огорнутих та зібраних навколо талії і підв'язаних поясом. Використовували дергу як повсякденний і робочий одяг.

Запаска (від укр. пас, пасок - пояс, ремінь) – спідниця, яка за кроєм схожа на дергу, але до її верхніх кутів пришивали лямки, котрі зав'язували навколо стану. Запаску виготовляли з дорогих тканин (парча, візерунчатий шовк, вовна). Цей вид спідниці був поширений на всій території України.

Кринолін (фр. crinoline, від лат. crinus - волосся, linum - полотняна тканина) – жорстка нижня спідниця з кінського волосу. Тепер криноліни використовують лише у вечірніх та весільних сукнях для надання їм більшої пишності [38].

Широкий асортимент, представлений у ПрАТ «Санта-Україна» являє собою низку жіночих спідниць, різних за сировинним складом, силуетом, довжиною та іншими показниками.

2.2. Організація, об'єкт та методи дослідження

Об'єктами дослідження у випускній кваліфікаційній роботі є жіночі спідниці та матеріали, з яких вони вироблені. А також промислове підприємство ПрАТ «Санта-Україна», що спеціалізується на виготовленні жіночого одягу, зокрема жіночих спідниць.

ПрАТ «Санта-Україна» знаходиться у місті Первомайськ Миколаївської області, за адресою – вул. Чернецького, 108.

Наразі фабрика належить до виробничих підприємств легкої промисловості. Засноване воно у 1945 році, як взуттєва і швейна фабрики, а через рік Первомайська швейна фабрика виділилася в самостійне підприємство. Будівництво зараз існуючих корпусів завершилось у 1986 році.

На підприємстві є два дизельні генератори сумарною потужністю 700 кВт, які забезпечують автономне електроживлення підприємства, чотири топкові, оснащені сучасним устаткуванням, що працюють на природному газі. Змонтована система глибокого очищення води (система зворотного осмосу).

Розташування м. Первомайська на перетині трьох автомагістралей, що мають вихід до меж України з країнами Західної Європи, а також близькість морських портів Одеси, Миколаєва та Іллічівська, дозволяє оперативно вирішувати питання транспортування сировини та готової продукції.

Сьогодні підприємство має загальну площу 2,09 га та складається з наступних підрозділів:

- 3-х швейні цехи;
- розкрійно-підготовчий цех;
- експериментальний цехів;
- дослідно-конструкторська ділянка;
- адміністративні та господарські відділи [34].

Для дослідження було обрано естетичні властивості відібраних зразків матеріалів, що були досліджені органолептичними, інструментальними та розрахунковими методами.

Органолептичний метод визначення показників якості продукції є найбільш поширеним, простим і доступним. Якість аналізується за допомогою органів чуття людини і його відчуттів, тому точність і достовірність значень показників властивостей виробу залежать від кваліфікації, практичного досвіду, здібностей фахівців, що оцінюють якість. Інструментальний, або вимірювальний метод дослідження – це метод визначення значень показників якості товару за допомогою спеціального обладнання, реактивів, посуду та іншого допоміжного приладдя. Розрахунковий метод оцінки показників якості базується на використанні теоретичних або емпіричних залежностей цих показників від окремих параметрів будови полотен.

Згідно з відповідними нормативними документами були проведені досліді щодо визначення виду переплетення, виду обробки, показників поверхневої

густини та товщини матеріалів, жорсткості, драпірування та незминальності обраних зразків.

Для визначення вищеназваних показників зразків, взятих для дослідження, використано:

- ГОСТ 19204-73 «Полотна текстильные. Метод определения несминаемости» [39];
- ГОСТ 10550-93 «Материалы текстильные. Полотна. Методы определения жесткости при изгибе» [40];
- ГОСТ 12023-2003 «Материалы текстильные и изделия из них. Метод определения толщины» [41];
- ДСТУ ISO 7211-6:2007 «Матеріали текстильні. Методи аналізу структури тканини. Метод визначення поверхневої густини тканини» [42].

Товщина текстильних матеріалів залежить від товщини пряжі та їх структури. Вона суттєво впливає на теплозахисні властивості жорсткість, проникність матеріалів, здатність їх до драпірування тощо.

Вимірювання товщини проби полотна, визначається як відстань між двома паралельними площинами під заданим тиском на поверхню випробуваної проби протягом певного часу.

Вимірювання товщини проби проводять в 10 точках за допомогою спеціального обладнання – товщиноміра. Щоб отримати результати, піднімають притискну частину площини товщиноміра, після чого рівномірно і без натягу розташовують пробу на опорній частині площини, фіксуючи матеріал. Знімають показники та вираховують середнє арифметичне.

Поверхнева густина тканин залежить від таких факторів:

- волокнистий склад тканини;
- структура тканини: товщина ниток та пряжі, щільність тканини, матеріалосмність переплетення;
- вид оздоблення.

Поверхневу густину визначають інструментальним і розрахунковим методом, використовуючи формулу:

$$(1.1)$$

де M_s - поверхнева густина матеріалу, г/м², m - маса зразка, г;
 – середня довжина зразка, см;
 – середня ширина зразка, см.

Показник поверхневої густини тканин впливає на процеси швейного виробництва: настилення, транспортування, волого-теплові оброблення (збільшується трудомісткість операцій), витрати ниток.

Застосування методу визначення жорсткості при згинанні передбачає визначення жорсткості при згинанні під впливом власної сили тяжіння без примусової деформації проби і під впливом сконцентрованого навантаження з примусовою деформацією проби.

Жорсткість, може визначати поведінку матеріалу на різних стадіях технологічного процесу виготовлення виробу та під час експлуатації виробу. Жорсткість текстильного матеріалу визначається за допомогою спеціального приладу, гібкометра ПТ-2, схема якого наведена на рис. 2.2.

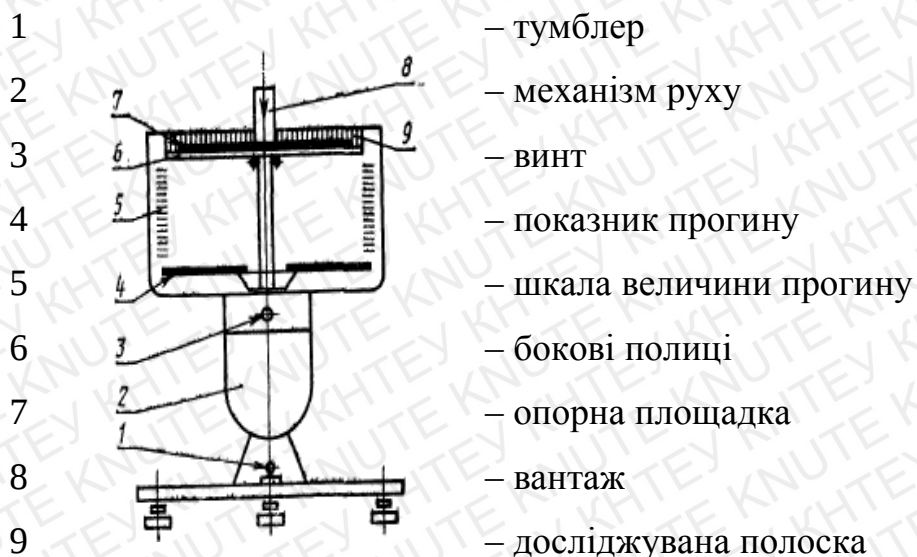


Рис.2.2 Схема гібкометра ПТ-2 для визначення жорсткості полотна

Елементарні проби вирізають із точкових проб, так щоб не потрапляти на місці згинів. Відстань від кромки має бути не менше 5 см. Проби не повинні мати перекосу і зім'ятих місць.

Для випробування консольним безконтактним методом і методом перемінної довжини вирізають по 5 елементарних проб у повздовжньому та поперечному напрямках.

На жорсткість текстильних матеріалів впливає властивості первинних волокон та ниток, волокнистий склад, структура та вид обробки. Чим більша пружність волокон, товщина, тим краще тканини мнуться. Вовняні та синтетичні волокна при цьому характеризуються високою незминаяльністю, адже мають високі показники пружності.

Для дослідження конкурентоспроможності товарів було обрано метод «матриця сумарних рангів». Цей метод заснований на експертній оцінці, урахуванні вагомості показників та зведенні даних щодо якості товарів для споживача. За формулою нижче визначався коефіцієнт вагомості показників:

$$V = \frac{S_i}{n \cdot \sum_{j=1}^n 1}$$

(1.2)

Отже, об'єкт та методи дослідження дають змогу провести перевірку та надати оцінку якості текстильним матеріалам на ПрАТ «Санта-Україна», що використовуються у виробництві жіночих спідниць.

2.3. Оцінка якості жіночих спідниць та реалізація на ринку України

Якість текстильних полотен, як і інших матеріалів, визначається сукупністю їх споживних властивостей, що зумовлюють їх придатність задовольняти певні потреби споживачів відповідно до призначення цих полотен. Система якості об'єднує сукупність організаційних заходів, процедур,

процесів і ресурсів, які забезпечують здійснення загального керівництва якістю текстильної продукції.

Контроль якості текстильних полотен об'єднує комплекс процедур, що включають проведення відповідних вимірювань і визначенні різноманітних фізичних, механічних та естетичних показників при застосуванні неруйнівних і руйнівних методів контролю.

Контроль якості одягу з трикотажних полотен – це перевірка відповідності показників якості виробів вимогам нормативно-технічної документації. Головною метою виробничого контролю на підприємстві є попередження випуску недоброякісної продукції, яка не відповідає стандартам та технічним умовам.

Для забезпечення високої якості одягу на підприємстві перевіряють якість сировини, матеріалів, фурнітури та інше (вхідний контроль). Контролюють технологічні операції до виготовлення одягу (внутрішній контроль), здійснюють контроль якості готових (вихідний контроль), а також контроль за пакуванням, зберіганням, транспортуванням виробів засобами виробництва згідно з нормативно-технічною документацією.

Вхідний контроль на підприємстві здійснюють у відділі технічного контролю з метою перевірки відповідності якості пряжі та ниток, трикотажних полотен, фурнітури та інших матеріалів. Якість матеріалів визначають органолептичними та інструментальними методами.

Органолептичними методами встановлюють вид переплетення, оглядаючи лицевий та зворотній бік матеріалу, наявність дефектів зовнішнього вигляду полотен, відповідність зразку-еталону, визначають відповідність нормам усіх показників якості [20].

Під час зовнішнього огляду виявляють наявність різних дефектів у полотні на виробі: воно не повинно мати помітних дефектів структури, візерунка, кольору і відтінку, волого-теплової обробки, що впливають на зовнішній вигляд і зносостійкість; визначають напрямки петельних рядів і стовпців трикотажного

полотна; легким натягненням у поперечному напрямку перевіряють захват петель при переключенні в процесі в'язання.

Внутрішній контроль зводиться до контролю якості операцій розкрійного процесу та процесу виготовлення трикотажного одягу. Метою контролю технологічного процесу є встановлення відповідних основних характеристик, режимів та інших показників технологічного процесу, рівня якості продукції.

Для дослідження показників якості матеріалів для виготовлення жіночих спідниць на ПрАТ «Санта-Україна» було обрано п'ять зразків тканин однакового волокнистого складу з яких в подальшому будуть пошиватися жіночі спідниці.

Визначались основні їх характеристики щодо волокнистого складу, переплетення, виду обробки, товщини та поверхневої густини. Характеристика досліджуваних тканин полотен для виробництва жіночих спідниць наведена у табл.2.3.

Таблиця 2.3

Заправні дані тканин полотен для виготовлення жіночих спідниць

	Волокнистий склад, %	Вид переплетення	Вид обробки	Товщин а, мм	Поверхнева густина, м г/
1	Бавовна – 100	Полотняне	Гладкофарбована	25	140
2	Бавовна - 100	Полотняне	Гладкофарбована	26	160
3	Бавовна - 100	Саржеве	Гладкофарбована	30	200
4	Бавовна – 100	Ламана саржа	Пістрявотканна	86	260
5	Бавовна – 100	Полотняне	Гладкофарбована	63	270

Тканини, зроблені полотняним переплетенням, двобічні. Вони жорсткіші й міцніші порівняно з тканинами інших переплетень за умови, що параметри будови та волокнистий склад у них однакові. Тканини саржевих переплетень

однобічні, з збільшенням рапорту зростає різниця між візерунками лицьової поверхні тканини та зворотної.

Візерунки мають вигляд діагоналевих смуг різної ширини, направлених знизу зліва вгору направо. Зв'язок між нитками в тканинах саржевих переплетень слабший, тому вони більш еластичні і за інших рівних умов менш міцні, ніж тканини полотняного переплетення [43].

Щоб забезпечити певне художнє оформлення текстильних матеріалів, після завершення процесів виготовлення проводять обробку. Вид обробки грає велику роль, адже саме цей показник формує зовнішній вигляд виробу. Метод фарбування суттєво впливає на якість забарвлення.

Для отримання високоякісних гладкофарбованих текстильних матеріалів фарбують вихідні волокна або нитки, з яких потім виробляють відповідні матеріали. У виробництві використовують також пряжу кількох кольорів, отримують багатокольорові візерунки різних орнаментів, а готові тканини називають пістрявотканими [20].

Під час естетичної оцінки текстильних матеріалів звертають увагу на здатність полотен самовільно утворювати складки, враховують їх розміри, округлість, характер хвилястості, легкість формування складок. Однією із найважливіших механічних властивостей тканини є драпірування. Це процес примусового утворення складок на текстильних полотнах у швейному виробництві. Складність цього процесу залежить насамперед від жорсткості і товщини матеріалу.

Найкраще драпіруються тканини і трикотажні полотна з натурального шовку, штучних і синтетичних ниток, такі, що мають невисоку щільність, підвищену еластичність і достатню м'якість. Драпірування пов'язане з незминальністю полотен. Це властивість матеріалу чинити опір вигину, зім'яту і відновлювати первісний стан після зняття зусилля, що викликав його згин та стиск. Здатність матеріалу опиратись згину залежить від його жорсткості, а здатність розгладжуватись, тобто відновлювати початковий стан - від

пружності. Незминальність текстильного полотна істотно залежить від волокнистого складу та структури [44].

Незминальність текстильного полотна залежить від розташування ниток, їх взаємного зв'язку. Тканини полотняного переплетення мають найбільшу незминальність, адже для їх згину необхідні найменші зусилля.

На сьогоднішній день існує багато способів визначення незминальності полотна, одним із яких є стандартний метод. Усі вони визначають незминальність лише в одних умовах, чим не можуть забезпечити такі ж показники в експлуатації.

Для оцінювання незминальності необхідно враховувати не лише пружно еластичні властивості відновлення після стиску, але й інші навантаження, надані матеріалу у процесі експлуатації. Незминальність текстильних матеріалів пов'язана з жорсткістю при згині і характеризує здатність матеріалу протидіяти зминанню та відновлювати первісний стан після зняття зусилля, яке забезпечило його згинання (табл.2.4) [45].

Таблиця 2.4.

Результати досліджень жорсткості зразків

№ зразка	Жорсткість по утоку	Жорсткість по основі	Коефіцієнт жорсткості
1	11384,30	12741,21	1,119
2	15956,74	18897,08	1,184
3	17951,33	20410,68	1,137
4	21519,61	26061,57	1,211
5	24324,13	34383,41	1,414

Зминання тканини та її жорсткість також залежать від поверхневої густини. Текстильні полотна великої поверхневої густини, мають більшу пружність, еластичність та краще зберігають форму одягу (рис.2.3.)

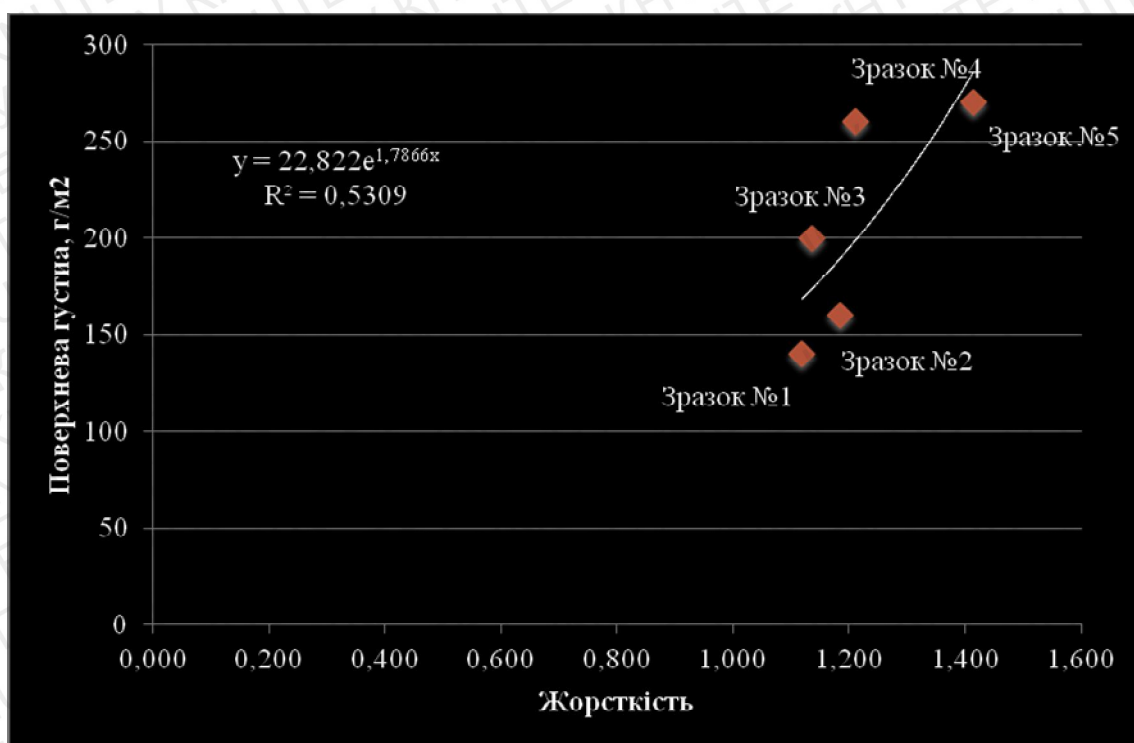


Рис. 2.3. Залежність жорсткості від поверхневої густини полотна

Математично залежність величини жорсткості тканини від поверхневої густини описана рівнянням:

$$y = 22,822e^{1,7866x}, \text{ де}$$

$$R^2 = 0,5309$$

Лінія тренду, зображена на рис.2.3 відображає тенденцію залежності жорсткості текстильного матеріалу від його поверхневої густини. Зі збільшенням показників жорсткості, збільшується і поверхнева густина, що говорить про їх взаємозалежність.

Незначні показники R^2 , що є величиною достовірності апроксимації, кількісно дорівнюють 0,5309, вірогідно виявились досить незначними через неоднорідність виду переплетення у досліджених зразках

За результатами досліджень, виявлено, що зі збільшенням поверхневої густини зростають також і показники жорсткості. Така залежність пояснюється прямою залежністю скручування ниток, що прямо впливають на значення поверхневої густини. Така тенденція у свою чергу призводить до зростання

жорсткості полотна. Серед зразків найбільше значення поверхневої густини має той, який більш жорсткий.

Отже, незминальність є однією із головних властивостей жіночих спідниць, від якої залежить безліч взаємопов'язаних характеристик. Проведені дослідження дали змогу проаналізувати залежність незминальності текстильного полотна від інших механічних властивостей тканини.

За даними результатів, можна стверджувати, що незминальність напряду залежить від жорсткості матеріалу. На останню у свою чергу впливають поверхнева густина та товщина текстильного полотна.

Досліджувані зразки, що мали кількісно більші показники поверхневої густини та товщини, у відповідності – більш жорсткі. Чим товстіше матеріал, більша щільність, більш довгі перекриття переплетення, тим більша незминальність властива для них.

2.4. Конкурентоспроможність жіночих спідниць вітчизняних виробників

На сьогоднішній день легка промисловість забезпечена конкурентними виробниками одягу, що створюють на ринку досить конкурентоспроможний товар, що в змозі задовольнити потреби споживача. Основна конкуренція у виробництві одягу відбувається між імпортом і вітчизняним товаром

Проблема забезпечення і підвищення якості та конкурентоспроможності продукції актуальна для всіх країн і підприємств. Розвиток експортних відносин показав, що продукція вітчизняних підприємств є неконкурентоспроможною на світовому ринку саме з якості. Якість продукції в умовах конкуренції є головним стимулом придбання продукції, одним з факторів її конкурентоспроможності [48].

Для визначення рівня конкурентоспроможності продукції на практиці застосовуються різні методи. Вибір конкретної методики визначення конкурентоспроможності залежить від специфіки товару.

Для визначення рівня конкурентоспроможності жіночих спідниць було обрано метод матриці сумарних рангів, та визначено наступні показники якості, що підлягали оцінці експертів:

X_1 – відповідність моді;

X_2 – якість обробки та оздоблення виробу;

X_3 – якість посадки на фігурі;

X_4 – якість тканини;

X_5 – зручність в експлуатації;

X_6 – драпірування;

X_7 – туше.

Методом ранжування було досліджено значення вагомості показників жіночих спідниць, що визначають загальну їх споживчу корисність та конкурентоспроможність.

Експертна оцінка – це кількісна або порядкова оцінка процесів або явищ, які не піддаються безпосередньому вимірюванню і ґрунтуються на висновках та заключеннях експертів у тій чи іншій сфері діяльності. Об'єктивність експертної оцінки при визначенні якості жіночих спідниць залежить від складу експертів, їх кваліфікації та умов проведення експертизи. У дослідженні конкурентоспроможності жіночих спідниць брали участь кваліфіковані працівники ПрАТ «Санта-Україна», серед яких:

- директор з виробництва;
- керівник відділу технічного контролю;
- товарознавець;
- керівник експериментального цеху.

Обрані для дослідження показники конкурентоспроможності були оцінені експертами відповідними балами згідно з табл.2.5.

Таблиця 2.5

Результати ранжування показників якості жіночих спідниць експертами

Експерти	Оцінюючі показники						
	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7
1	7	2	6	4	5	3	1
2	6	1	7	5	4	3	2
3	7	1	6	4	5	3	2
4	5	1	7	2	6	4	3
S	25	5	26	15	20	13	8
D	9	-11	10	-1	4	-3	-7
d^2	81	121	100	1	16	9	49
V	0,22	0,04	0,23	0,13	0,18	0,12	0,08

У порядку зростання значущості показники конкурентоспроможності можна розмістити у наступному порядку: .

За показниками виглядає наступним чином: якість посадки на фігурі – відповідність моді – зручність в експлуатації – якість тканини – драпірування – туше – якість обробки.

Найбільш вагомими за експертною оцінкою виявилися наступні показники: . За результатами експертного оцінювання вагомості показників якості та конкурентоспроможності було надано перевагу якості посадки на фігурі.

За вагомістю показників до важливих віднесено також такі показники, як відповідність моді, зручність в експлуатації та якість тканини (рис.2.4)

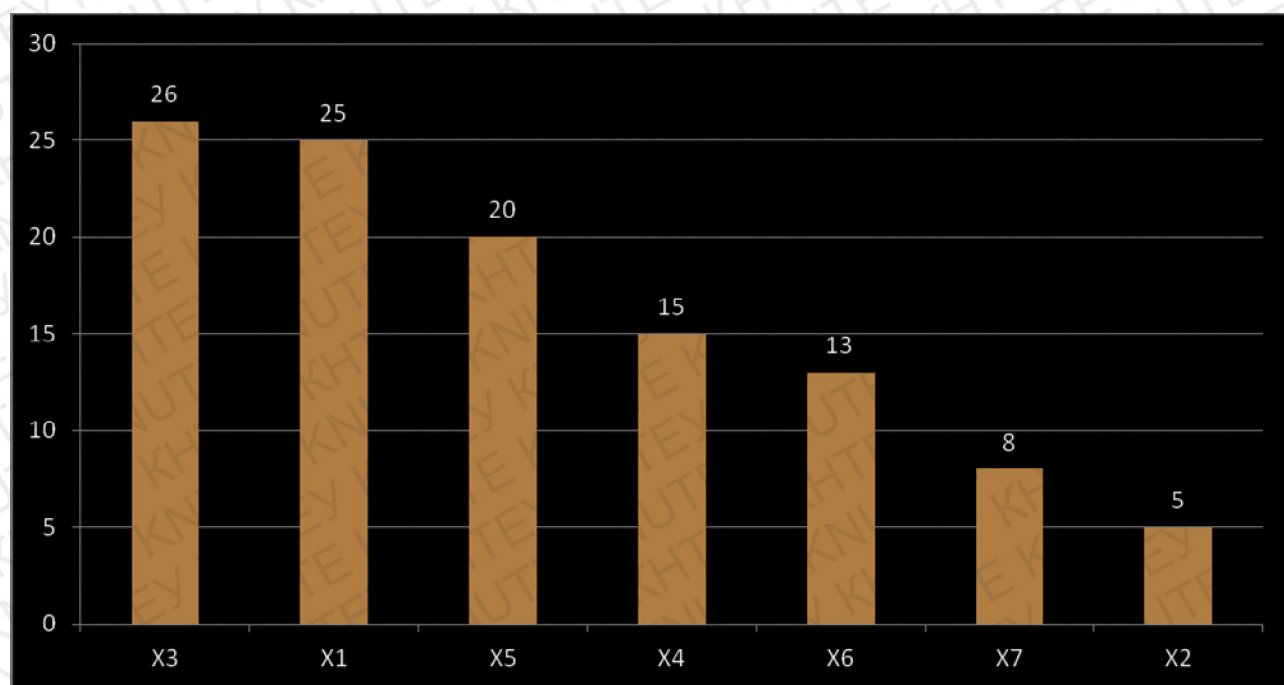


Рис.2.4 Вагомість показників конкурентоспроможності

Згідно з рис 2.4, різниця між найбільш та найменш вагомим показниками значна, що говорить про те, що думка експертів узгоджена та надає інформацію про велику роль споживчих показників, зокрема якість посадки на фігурі, відповідність моді та зручність в експлуатації більш пріоритетне для споживачів, аніж туше та якість обробки.

Для дослідження конкурентоспроможності було обрано п'ять зразків жіночих спідниць різних виробників вітчизняного походження, різних за сировинним складом, довжиною, застібною, силуетом та ціною (табл.2.6).

Серед обраних зразків були наступні:

Y_1 — жіноча спідниця виробництва ПрАТ «Санта-Україна» (м. Первомайськ, обл. Миколаївська);

Y_2 — жіноча спідниця виробництва ПП «Вікторія» (м. Вознесенськ, обл. Миколаївська);

Y_3 — жіноча спідниця виробництва ТОВ «Еліта» (м. Харків, обл. Харківська);

Y_4 — жіноча спідниця виробництва ФОП Удовенко Олександр Олександрович ТМ «Мармелад» (м. Київ, обл. Київська);

Y_5 – жіноча спідниця виробництва ПрАТ «Зорянка» (м. Кропивницький, обл. Кропивницька)

Таблиця 2.6

Характеристика досліджених жіночих спідниць

Виробник	Сировинний склад, %	Застібка	Силует	Довжина, см	Ціна, грн
ПрАТ «Санта-Україна»	100 - бавовна	Гудзики	Прямий	45	550
ПП «Вікторія»	40 - віскоза 45 - поліестер 15 - еластан	Застібка-Блискавка	Розширений	60	475
ТОВ «Еліта»	35 - бавовна 30 - поліестер 35 - віскоза	На гумовій стрічці	Завужений	45	670
ТМ «Мармелад»	100 - бавовна	Застібка-Блискавка	Завужений	50	335
ПрАТ «Зорянка»	50 - віскоза, 45 - поліестер, 5 - еластан	На гумовій стрічці	Прямий	65	715

Наступним етапом визначення рівня конкурентоспроможності є ранжування п'яти зразків жіночих спідниць різних виробників за обраними показниками якості.

Експерти за визначеними для дослідження показниками обрали серед зразків ті, що більше відповідають вимогам споживачів, що видно у табл.2.7.

Таблиця 2.7

Ранжування п'яти жіночих спідниць різних виробників

Оцінюючі показники	X_1					X_2					X_3					X_4				
Модуль експерта	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5
1	3	5	1	2	4	5	4	2	3	1	1	2	5	3	4	1	4	2	5	3
2	5	4	2	3	1	3	5	1	4	2	1	3	4	2	5	2	3	5	4	1
3	5	4	1	2	3	5	4	1	3	2	3	4	1	2	5	1	4	5	3	2
4	4	5	1	2	3	3	5	1	4	2	2	1	5	3	4	1	3	4	5	2

Сума рангів	17	18	5	9	11	16	18	5	14	7	7	10	15	10	18	5	17	16	17	8
W	0,22					0,04					0,23					0,13				
Оцінюючі показники	X_5					X_6					X_7									
Модуль експерта	y_1	y_2	y_3	y_4	y_5	y_1	y_2	y_3	y_4	y_5	y_1	y_2	y_3	y_4	y_5					
1	4	3	1	5	2	5	4	2	3	1	3	5	1	2	4					
2	3	5	2	4	1	5	4	1	3	2	5	1	2	3	4					
3	5	3	2	4	1	4	4	2	3	3	3	5	1	2	4					
4	4	5	1	3	2	5	4	3	2	1	5	4	1	3	2					
Сума рангів	16	16	6	16	6	19	16	8	11	7	16	15	5	10	14					
W	0,18					0,12					0,08									

За отриманими результатами ранжування, визначаються загальні показники конкурентоспроможності, що дають змогу визначити найбільш та найменш конкурентоспроможний товари через представлених для дослідження зразків.

Складається матриця сумарних рангів. Зразок, що отримав найбільшу кількість балів є найбільш конкурентоспроможним (табл.2.8).

Таблиця 2.8

Розрахунок матриці сумарних рангів

Коефіцієнт вагомості										
0,22	17	18	5	9	11	3,74	3,96	1,10	1,98	2,42
0,04	16	18	5	14	7	0,64	0,72	0,20	0,56	0,28
0,23	7	10	15	10	18	1,61	2,30	3,45	2,30	4,14
0,13	5	17	16	17	8	0,65	2,21	2,08	2,21	1,04
0,18	16	16	6	16	6	2,88	2,88	1,08	2,88	1,08
0,12	19	16	8	11	7	2,28	1,92	0,96	1,32	0,84
0,08	16	15	5	10	14	1,28	1,20	0,40	0,80	1,12
Сума	96	110	60	87	71	13,08	15,19	9,27	12,05	10,92

Провівши розрахунок конкурентоспроможності жіночих спідниць методом «матриці сумарних рангів» встановлено, що спідниця виробництва ПП «Вікторія» за оцінками експертів набрала найбільшу кількість балів, тому вона

поправу вважається найбільш конкурентоспроможною серед представлених зразків. Друге та третє місце зайняли спідниці виробництва ПрАТ «Санта-Україна» та ФОП Удовенко Олександр Олександрович ТМ «Мармелад» відповідно. Найменш конкурентоспроможною виявилась спідниця виробництва ТОВ «Еліта».

Отже, для підвищення конкурентоспроможності жіночих спідниць необхідно приділити велику увагу споживчим показникам, а саме якості посадки на фігурі, відповідності моді, зручності в експлуатації та якості тканини. Вони є ключовими факторами конкурентоспроможності жіночих спідниць на ринку та грають значну роль у виборі товару споживачем.

РОЗДІЛ 3

ДОСЛІДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ ЖІНОЧИХ СПІДНИЦЬ НА ПрАТ «САНТА-УКРАЇНА»

3.1. Роль розподільчої логістики як фактор забезпечення розвитку та насичення споживчого ринку

Розподільча логістика – це управління транспортуванням, складуванням та іншими матеріальними та нематеріальними операціями, які здійснюються в процесі доведення готової продукції до споживача згідно з його інтересами і вимогами, а також передачі, зберігання й обробки відповідної інформації. Інакше її ще називають збутовою логістикою.

Термін «розподільча логістика» найбільш точно відображає наявність у загальній логістичній системі існуючих та керуючих впливів під час доведення готового товару до кінцевого споживача.

Принципова відмінність розподільчої логістики від традиційного розуміння збутової діяльності полягає насамперед у системному взаємозв'язку процесу розподілу з процесами виробництва та закупівлі протягом загального процесу управління матеріальними потоками, а також системному взаємозв'язку всіх існуючих функцій всередині усього комплексного процесу розподілу.

У сфері розподілу матеріальний потік має форму готової продукції. Залежно від суб'єкту економічних відносин, який бере участь у доведенні ресурсів до споживача, потік готової продукції можна подати як товарний потік або як вантажний потік (на транспорті) [49].

Сфера розподілу і сфера закупівель значною мірою накладаються одна на одну. Якщо розглядати умовні вихідні та кінцеві ланки матеріалопотоків, то для одних суб'єктів логістичної операції є частиною системи збуту, а для інших – закупівель. Це, з одного боку, спрощує, а з іншого – ускладнює процес

управління матеріальними потоками. Так, багато логістичних робіт і операцій виконуються в обох сферах, тому значна частина прийомів і методів управління поточковими процесами прийнятна як й сфері постачання, так і в сфері розподілу товарної продукції.

Однак об'єктивна протилежність інтересів продуцентів, споживачів, а також торгових, транспортних та інших посередників визначають особливості логістичного управління залежно від становища того чи іншого елемента логістичної системи щодо інших.

У сфері розподілу не створюються нові матеріальні цінності, а виконуються конкурентні та комплексні форми діяльності, які виступають як послуги. Таким чином, сфера розподілу є виробником послуг – дуже специфічного товару.

На рівні підприємства, або макрорівні, розподільча логістика виконує наступні функції [50]:

- оптимізація формування портфеля замовлень;
- укладання договорів із замовниками на постачання продукції;
- забезпечення регулярності та дотримання планомірності реалізації продукції;
- вивчення і задоволення потреб логістичного обслуговування;
- раціоналізація параметрів, структури і просування динамічних матеріальних потоків;
- оптимізація параметрів і умов зберігання запасів товарного характеру;
- формування і вдосконалення системи інформаційного забезпечення.

На макрорівні до задач розподільчої логістики належать:

- вибір схеми розподілу матеріального потоку;
- визначення оптимальної кількості розподільчих центрів (складів) на території, яка обслуговується;
- визначення оптимального місця розташування розподільчого центру (складу) на території, яка обслуговується, та ін.

Функції розподільчої логістики:

- визначення платоспроможного попиту споживачів;
- формування раціонального портфеля замовлень товаровиробників;
- оптимальне завантаження виробничих потужностей за замовленнями споживачів;
- розробка асортиментного плану виробництва та організація його виконання;
- кількісне та якісне приймання готової продукції та передпродажна підготовка товарів;
- встановлення господарських зв'язків за поставками готової продукції і вибір каналів товарного руху;
- проектування каналів розподілу готової продукції та їх оптимізація;
- формування попиту та стимулювання збуту;
- створення складського і тарного господарства, системи зберігання, переробки, транспортування готової продукції;
- організація гарантійного обслуговування і надання послуг споживачам;
- планування, аналіз, контроль і регулювання збутової діяльності.

Розподільча логістика як сукупність взаємопов'язаних логістичних операцій може бути описаною в термінах певних операційних систем. Загалом операційна система розподільчої логістики складається з наступних підсистем:

- перероблююча підсистема;
- підсистема забезпечення;
- підсистема планування і контролю.

Перероблююча підсистема виконує безпосередньо збутову роботу та перетворює сигнали ринку про платоспроможний попит споживачів у необхідні ринку товари та послуги. Збутовий перетворювач виконує операції з асортиментного завантаження виробництва, кількісного і якісного приймання готової продукції, організації її зберігання і підготовки до споживання,

просування товарів на ринок по каналах розподілу і товароруху, допродажного і післяпродажного обслуговування споживачів.

Підсистема забезпечення створює матеріально-речові і фінансово-трудові умови для нормального функціонування попередньої підсистеми. Вона передбачає:

- виробниче забезпечення збуту, включаючи виробництво товарів та послуг по замовленнях споживачів, матеріально-технічне забезпечення збутової діяльності, включаючи створення складів, транспортних, торговельних та інших комунікацій;
- фінансове забезпечення виробництва і реалізації продукції;
- кадрове забезпечення збутових служб підприємств, включаючи професійне навчання торговельного персоналу.

Підсистема забезпечення розподільчої логістики може базуватися лише на власних ресурсах підприємства, що на практиці трапляється дуже рідко, а також на запозичених коштах. Вибір того чи іншого способу забезпечення часто визначається економічною ефективністю і результативністю функціонування підсистеми забезпечення, в разі, коли певна функція забезпечення може стати функцією перероблюючої підсистеми. Наприклад, в загальному випадку перевезення готової продукції — функція підсистеми забезпечення, однак у разі надання транспортних послуг стороннім організаціям вона стає функцією перероблюючої підсистеми.

Підсистема планування і контролю може бути названа управлінською підсистемою. Вона формує завдання за інших (керованих) підсистем, одержує інформацію про їх реакції на керований вплив (зворотній зв'язок) і коригує поведінку учасників збутової діяльності відповідно до прийнятих цілей і завдань [51].

Вироблення і прийняття управлінського рішення у даній підсистемі здійснюється під активним впливом зовнішнього середовища і з урахуванням внутрішньої організації збутової діяльності підприємства (склад служби збуту, склад і розподіл функцій по підрозділах підприємства).

Основними завданнями розподільчої логістики є:

- максимізація прибутку підприємства при більш повному задоволенні попиту споживачів;
- ефективне використання виробничого апарату підприємства за рахунок оптимального завантаження виробничих потужностей замовленнями споживачів;
- раціональна поведінка на ринку з урахуванням його постійно змінної кон'юнктури [52].

Будь-яка логістична система розподільчої логістики функціонує як відкрита, гнучка, адаптивна система організації збутової діяльності. На рівні підприємства вона містить сукупність підсистем:

- матеріально-технічна;
- організаційно-економічна;
- соціально-психологічна;
- нормативно-правова (рис.3.1.).

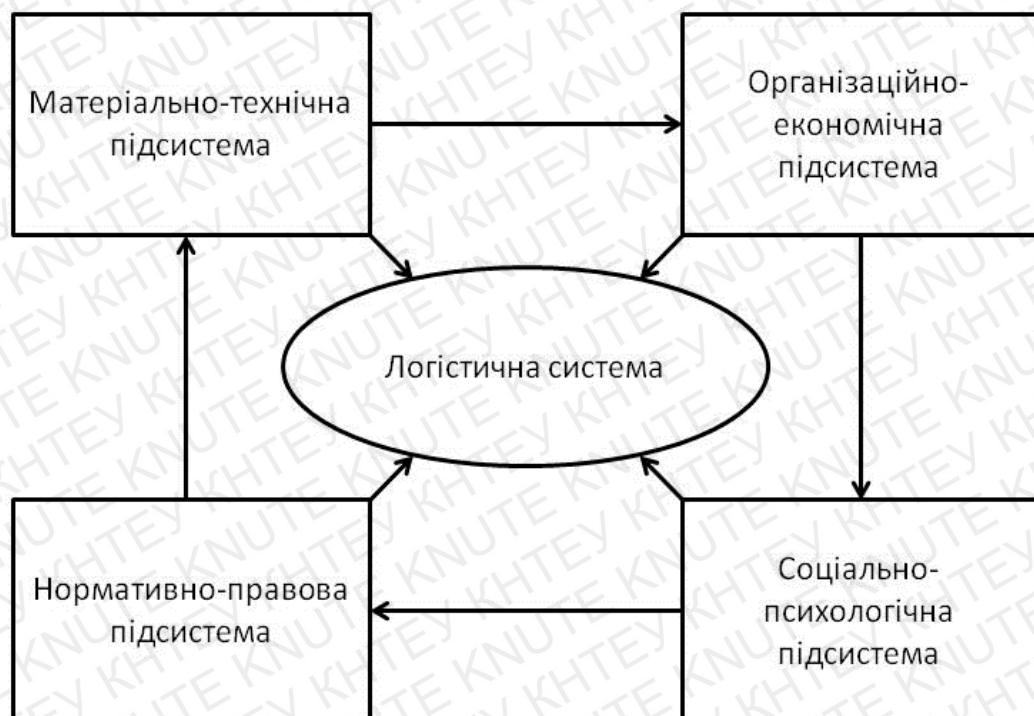


Рис.3.1. Система логістичної системи розподільчої логістики

Матеріально-технічна підсистема - це складське і тарне господарство, транспортні та інформаційні комунікації, засоби пакування і підготовки продукції до споживання, системи ремонту та обслуговування, а також інші матеріальні і технічні компоненти збутової діяльності.

Організаційно-економічна підсистема ґрунтується на взаємодії планування, організації, контролю, оцінки, аналізу, регулювання збутової діяльності.

Соціально-психологічна підсистема об'єднує такі взаємопов'язані елементи, як кадри, стимули, спонукальні мотиви, інтереси учасників збутового процесу тощо.

Нормативно-правова підсистема створює нормативну базу логістичної системи і має в основі закони, підзаконні акти, а також внутрішні нормативи підприємства, що регламентують порядок організації збутової діяльності [53].

Вся логістична діяльність націлена на конкретний споживчий ринок, вона мотивована цим ринком і оцінюється за основним критерієм логістики: мінімум логістичних витрат всіх залучених ресурсів не за окремим потоковим циклом, що включає різні потоки, а за єдиним потоком перетворення споживчих властивостей продукту на всіх етапах виробництва, забезпечення, збуту, торгівлі, споживання, післяпродажних послуг.

Логістична система може не тільки обслуговувати господарські системи, які в ньому функціонують, але й розвиваючи і удосконалюючи свою діяльність, стимулювати розвиток їх потужностей, а також самостійно ініціювати нові системи, які потребує ринок та виробничі потужності, забезпечуючи їх функціонування власною інфраструктурою управління матеріальними і супроводжуваними їх інформаційними і фінансовими потоками.

Споживчий ринок – структура дуже динамічна. З'являються нові товари, змінюється мода і переваги покупців. Тому, сформувавши канали розподілення в межах логістичної системи, не можна бути до кінця впевненими, що вони будуть успішно функціонувати протягом тривалого періоду часу.

В зв'язку з цим доцільно аналізувати їх ефективність і в разі необхідності приймати рішення щодо удосконалення каналів. Розподільча логістика як кінцева стадія виробництва і постачання готової продукції до споживачів є індикатором попиту і пропозиції на ринку.

Розподільча логістика є прямим чинником забезпечення розвитку споживчого ринку. Вона забезпечує його насичення, ефективно обслуговуючи усі канали розподілу та регулюючи процеси обігу матеріальних потоків серед усіх ланок логістичних операцій.

3.2. Дослідження практики організації каналів розподілу на підприємстві

Вибір каналів розподілу є одним із найскладніших і найвідповідальніших рішень фірм-виробників товарів.

Використання каналів розподілу надає виробникам певні переваги:

- економія фінансових засобів на розподіл продукції;
- можливість вкладення зекономлених засобів в основне виробництво;
- продаж продукції більш ефективними способами;
- висока ефективність забезпечення широкої доступності товару і доведення його до цільових ринків;
- скорочення обсягу робіт із розподілу продукції.

Обрані підприємством канали безпосередньо впливають на швидкість, час, ефективність переміщення і збереження продукції під час її доставки від виробника до кінцевого споживача. При цьому підприємства або особи, які утворюють канал, виконують ряд важливих функцій:

- проводять дослідницьку роботу із збору інформації, необхідної для планування розподілу продукції та послуг;
- стимулюють збут шляхом створення і поширення інформації про товари;
- встановлюють контакти з постійними покупцями;

- пристосовують товар до вимог покупців;
- проводять переговори з потенційними споживачами продукції;
- організують товарорух (транспортування і складування);
- фінансують переміщення товарів каналом розподілу;
- приймають на себе ризики, пов'язані з функціонуванням каналу [54].

При виборі варіанту логістичного каналу розподілу слід керуватися наступними факторами:

- повнота, своєчасність та комплектність виконання замовлень споживачів;
- мінімум межових витрат на одиницю приросту корисного ефекту збутової діяльності;
- можливість відшкодування дефектних товарів і організація сервісу;
- економічна вигідність для кожного учасника логістичного ланцюжка при збереженні конкурентоспроможності товару на ринку [55].

Канали товароруху виконують важливі функції, зокрема:

- проводять маркетингові дослідження;
- збирають інформацію для планування і полегшення обміну;
- визначають умови закупівель і продажу продукції;
- стимулюють збут;
- налагоджують і підтримують контакти з постійними покупцями;
- узгоджують ціни.

ПрАТ «Санта-Україна» - підприємство, що у межах своєї діяльності працювало як на внутрішній ринок, так і на експорт с давальницькою сировиною.

Каналом розподілу при розподіленні товару на внутрішньому ринку був дворівневий канал, в якому логістичними посередниками між виробником та споживачем служать оптовий торговець та роздрібний торговець.

ПрАТ «Санта-Україна» мало змогу реалізувати власне виробництво за вертикальним каналом розподілу. Це говорить про наявність посередників, що діють як одна система. В даному випадку такими посередниками були мережа

торговельних центрів «METRO Cash & Carry», що постачала готову продукцію виробника до свого оптового торговця, а надалі продукцію транспортували до роздрібних торговців, що завершали етап проходження продукцією увесь логістичний канал та надавали його безпосередньо споживачам. Вертикальний канал виник як спосіб контролю за поведінкою каналу. Він економічний та виключає дублювання членами каналу виконуваних функцій (рис.3.2.).



Рис.3.2. Дворівневий канал розподілу проблема

Проблема управління каналами розподілу полягає в тому, що посередницькі структури, що займають проміжне значення між виробником і споживачем, не завжди прагнуть до зміцнення взаємозв'язків із виробниками. Більшість посередницьких структур надають перевагу варіанту, коли виробники доводять матеріальні потоки, зокрема одяг, до них і не втручаються у логістичні процеси у подальших етапах.

ПрАТ «Санта-Україна» з роками відійшло від практики виробництва власної продукції та розподілу її через посередників до споживачів. Причиною цього стало зменшення обсягів реалізації продукції та стрімке зниження купівельної спроможності населення.

Для підприємства було не вигідно здійснювати виробництво власної продукції, реалізувати її постачання за логістичними каналами до посередників та споживачів. Результатом стало відмовлення ПрАТ «Санта-Україна» від виробництва та просування своєї продукції та перехід на експорт в умовах давальницької сировини.

При цьому одним підприємством здійснюється виробництво продукції із сировини, переданої йому іншим, як правило закордонним, підприємством-постачальником на доопрацювання, переробку, з метою повернення останньому виготовленої продукції. При перетині кордону толінгова продукція найчастіше звільняється від митних зборів, тобто виходить з-під оподаткування [56].

На сучасному етапі більшість підприємств не в змозі абсолютно самостійно забезпечити умови для ефективного виробництва, збуту та розподілу товарів та послуг. Однією з причин такої ситуації є відсутність оборотних коштів, необхідних для придбання сировини, та недостатня забезпеченість власною сировиною за наявності потужного виробничого комплексу. Саме тому однією з форм ефективної підприємницької діяльності все частіше стає використання операцій з давальницькою сировиною.

Толінг (англ. tolling) – це надання послуг з переробки імпортової сировини, що ввозиться на митну територію держави без оподаткування та передачі прав власності вітчизняному підприємству, яке її переробляє, із подальшим вивезенням готової продукції за межі держави. Термін “толінг” набув поширення у світовій економічній практиці, його визнала Світова організація торгівлі (СОТ) в межах однієї з форм міжнародного поділу праці, проте, згідно з чинним законодавством, термін “толінг” у Митному кодексі України не визначено, лише використовується трактування “товари, розміщені у митний режим переробки”.

Є низка законодавчих актів, що регулюють порядок переробки товарів на митній території України: Митний кодекс України, Податковий кодекс України, Закон України “Про зовнішньоекономічну діяльність” № 960-ХІІ від 16.04.1991 р. зі змінами та доповненнями від 02.03.2015 р.

Згідно з п.14 Податкового Кодексу України, операція з давальницькою сировиною — операція з переробки давальницької сировини (незалежно від кількості замовників і виконавців, а також етапів) з метою одержання готової продукції за відповідну плату. До операцій з давальницькою сировиною належать операції, в яких сировина замовника на конкретному етапі її переробки становить не менш як 20 відсотків загальної вартості готової продукції.

Мотивами для здійснення толінгових операцій для ПрАТ «Санта-Україна» стали, головним чином, такі причини:

- для замовника:

- 1) прагнення підприємств індустріально розвинених країн знайти можливість зниження собівартості продукції за рахунок здійснення частини або всього виробничого процесу в країнах з більш низькими витратами на заробітну плату;
- 2) відсутність у країні-замовнику технології або виробничих потужностей для одержання необхідної продукції, що супроводжується нестачею вільноконвертованої валюти для її закупівлі за рубежом.

Застосування давальницьких схем для підприємства сприяє зниженню рівня витрат на виробництво одягу, розширенню економічних зв'язків, а також перетворення сировини в готову продукцію.

Однією з головних проблем здійснення операцій з давальницькою сировиною, на яку вчені звертають увагу, є недосконалість законодавчого регулювання операцій з давальницькою сировиною, що відмічається як один із способів здійснення основних податкових порушень в сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Безпосередньо до основних операцій по переробці давальницької сировини відносять: переробку, обробку й технологічну доробку деяких видів сировини.

Принципова схема виробництва на давальницькій сировині досить проста і являє собою ланцюжок «власник сировини – переробник (виконавець) – власник готової продукції», що, із правової точки зору, є виробничою

діяльністю, пов'язаної з переробкою на умовах договору підряду сировини замовника з передачею йому готової продукції [57].

Особливістю правовідносин, що складаються при організації виробництва на основі давальницької сировини між власником, що передає цю сировину на переробку і виступає в цій ситуації, як замовник, і підприємством - виконавцем або підрядником - є те, що прийнята на переробку сировина не переходить у власність підрядника, а, пройшовши цикл операцій по перетворенню в готовий продукт уже в іншій якості, як нова річ, залишається у власності замовника (рис.3.3.)



Рис.3.3. Схема реалізації діяльності з давальницькою сировиною [62]

За загальними правилами в завдання логістики постачання при реалізації схем з давальницькою сировиною входить:

- визначення потреб у матеріально-технічних ресурсах;
- встановлення раціональних господарських зв'язків з постачальниками;
- планування та організація матеріально-технічного забезпечення виробництва;
- забезпечення закупівель та завезення матеріально-технічних ресурсів;
- організація зберігання матеріалів і підготовка їх до виробничого споживання;
- забезпечення матеріально-технічного постачання цехів і інших підрозділів підприємства;
- управління виробничими запасами на складах підприємства;
- розробка програм економії матеріальних ресурсів і контроль їх виконання;
- контроль виконання кошторису витрат на постачання;
- контроль кредиторської заборгованості постачальників і вжиття заходів щодо її скорочення;
- розробка і виконання узгоджених з іншими підрозділами планів-графіків руху матеріальних ресурсів.

Підприємства, що працюють на умовах давальницької сировини, самостійно продавати речі, зшиті з давальницької сировини, не мають права. Партнери суворо контролюють витрату матеріалів і фурнітури, а передбачені в договорах штрафи за використання іноземної торгової марки сягають сотень тисяч євро. Після того як партія готового одягу відправляється замовнику, викрійки, лекала і вся супровідна документація знищуються – за цією процедурою стежить представник іноземного бренду. В Україні залишається лише отриманий досвід.

Вітчизняна легка промисловість не витрачає гроші на розвиток дистрибуційних каналів своєї продукції на внутрішньому ринку. Відсутність

власних розроблених колекцій та дистрибуційних каналів є важливою перешкодою щодо можливості спрямування товарів вітчизняної легкої промисловості на внутрішній ринок.

3.3. Аналіз збутової діяльності підприємства та її ефективності

У широкому розумінні збут – процес організації транспортування, складування, підтримки запасів, просування, підготовки, упакування та реалізації товарів з метою задоволення потреб споживачів і отримання на цій основі прибутку.

У вузькому розумінні збут – процес безпосереднього спілкування продавця і покупця, спрямованого на отримання прибутку, для чого вимагає знань, навичок і відповідного рівня обізнаності.

Збутова діяльність не може існувати відособлено від інших складових підприємства: без виробництва продукції не існуватиме збуту, а без збуту виробництво не матиме каналів для реалізації. Взаємодія виробничої та збутової діяльності є найважливішим елементом ефективного функціонування підприємства [58].

Розробці збутової політики передують аналіз ефективності наявної збутової системи як у цілому, так і за окремими її елементами і визначення відповідності збутової політики конкретним ринковим умовам. Однак аналізу піддаються не лише кількісні показники обсягів реалізації певних продуктів за окремими регіонами, а й весь комплекс чинників, що впливають на обсяг реалізації, організацію реалізаційної мережі та інших засобів стимулювання збуту, можливість вибору ринку, часу та способів виходу на ринок.

Аналіз системи збуту передбачає визначення ефективності кожного елемента цієї системи, оцінювання діяльності апарату працівників збуту. Аналіз витрат обігу передбачає зіставлення фактичних збутових витрат за кожним каналом збуту і видом витрат із запланованими показниками для того, щоб виявити необґрунтовані витрати, ліквідувати затрати, що виникають у процесі руху товарів і підвищити рентабельність наявної системи збуту.

Організація збуту в процесі аналізу відіграє дуже важливу роль, оскільки забезпечує зворотний зв'язок виробництва з ринком, є джерелом інформації про попит та потреби споживачів. Ось чому розробку збутової політики кладуть в основу програми аналізу як щодо кожного продукту, так і по виробничому відділенню загалом.

Якщо на основі розрахунків з'ясовують, що витрати на реалізацію нового товару дуже високі й не дають змоги забезпечити необхідний рівень рентабельності, то керівництво виробничого відділення може прийняти ухвалу про недоцільність подальшої розробки та впровадження у виробництво певного товару.

Фахівці-аналітики можуть не лише визначити майбутню прибутковість виробу, а й внести свої пропозиції щодо його вдосконалення і нових можливостей використання відповідних виробів у інших сферах.

Розробка та обґрунтування збутової політики стосовно конкретно вибраного товару або груп товарів передбачає вирішення питань: вибору ринку, каналів та методів збуту, часу виходу на ринок; вибору системи збуту та визначення необхідних фінансових витрат; визначення системи руху товарів до споживачів, форм та методів стимулювання збуту і необхідних для цього витрат.

У процесі аналізу витрат за збут важливим є дослідження їх рівня, динаміки, структури та структурних зрушень, факторі зміни витрат, наявності економії збутових витрат, резервів їх зменшення [59].

Сукупний показник збутових витрат складається з витрат на утримання підрозділу підприємства, пов'язаного зі збутом продукції, витрат на підготовку продукції до реалізації, витрат на розподіл та реалізацію продукції та 72т..

Збутова орієнтація підприємства передбачає певним чином організовану роботу всіх його підрозділів та служб, що може бути успішно досягнуто на основі логістичного моделювання.

Серед функцій організації збуту необхідно виокремити такі:

- організацію складського та тарного господарства для готової продукції;

- організацію продажу і доставку продукції споживачам;
- організацію каналів товароруку і розподільчих мереж;
- організацію проведення рекламних кампаній та заходів зі стимулювання збуту;
- організацію підготовки торговельного персоналу та управління діяльністю торговельних представництв;
- організацію взаємодії всіх підрозділів підприємства для досягнення цілей збуту [60].

Успіх використання логістичного підходу у виробництві зумовлений перевагами логістичного підходу до організації збуту у порівнянні з традиційним.

На думку провідних вчених-логістів, переваги логістичного підходу полягають у тому, що логістика повною мірою «працює» перш за все на споживача. Успіхи логістики пов'язані з її використанням у 73т.737373 розвинутій ринковій економіці, де товарність досягла свого найвищого рівня.

У сучасних умовах впровадження інновацій на підприємствах дає їм суттєві конкурентні переваги та сприяє підвищенню економічних показників діяльності.

Інновації у збуті – це створення і просування інновацій, орієнтованих на ринок, якими можуть бути застосування сучасного програмного забезпечення збутової діяльності, впровадження програмних комплексів для здійснення торгівлі та управління відносинами з клієнтами [61].

На той час, коли ПрАТ «Санта-Україна» надавала послуги виробництва власної продукції та реалізувала її до споживачів через вертикальний дворівневий канал, даний вид діяльності був не основним, так як основну частку складало саме виробництва на умовах толінгу.

Дані 73табл. 3.1. демонструють обсяг реалізованої продукції у порівнянні: на внутрішній ринок, що являло собою власну продукцію, та експорт на умовах давальницької сировини за період 2013-2017рр.

Таблиця 3.1

Аналіз виробничих показників

Показник	2013	2014	2015	2016	2017
Чистий дохід від реалізації (тис.грн):	10520	14769	19368	22485	39291
внутрішній ринок	432	507	678	725	757
експорт	10072	14214	18668	21738	38515
Випущено готової продукції (тис.грн)	10195,3	14063,5	19034,4	22690,6	39268,2
Випущено готової продукції (74т..):	193900	187600	220700	199200	232000
внутрішній ринок	2500	2400	2250	2100	2020
експорт	191400	185200	218450	201300	229980

Аналізуючи вихідні дані, можна побачити спад обсягів реалізації товарів власного виробництва, що служило причиною переходу підприємства на діяльність толінгових схем майже у повному обсязі.

Обсяг реалізації власної продукції демонструє зниження своїх показників у розрізі останнього п'ятиріччя, що видно на рис.3.4.

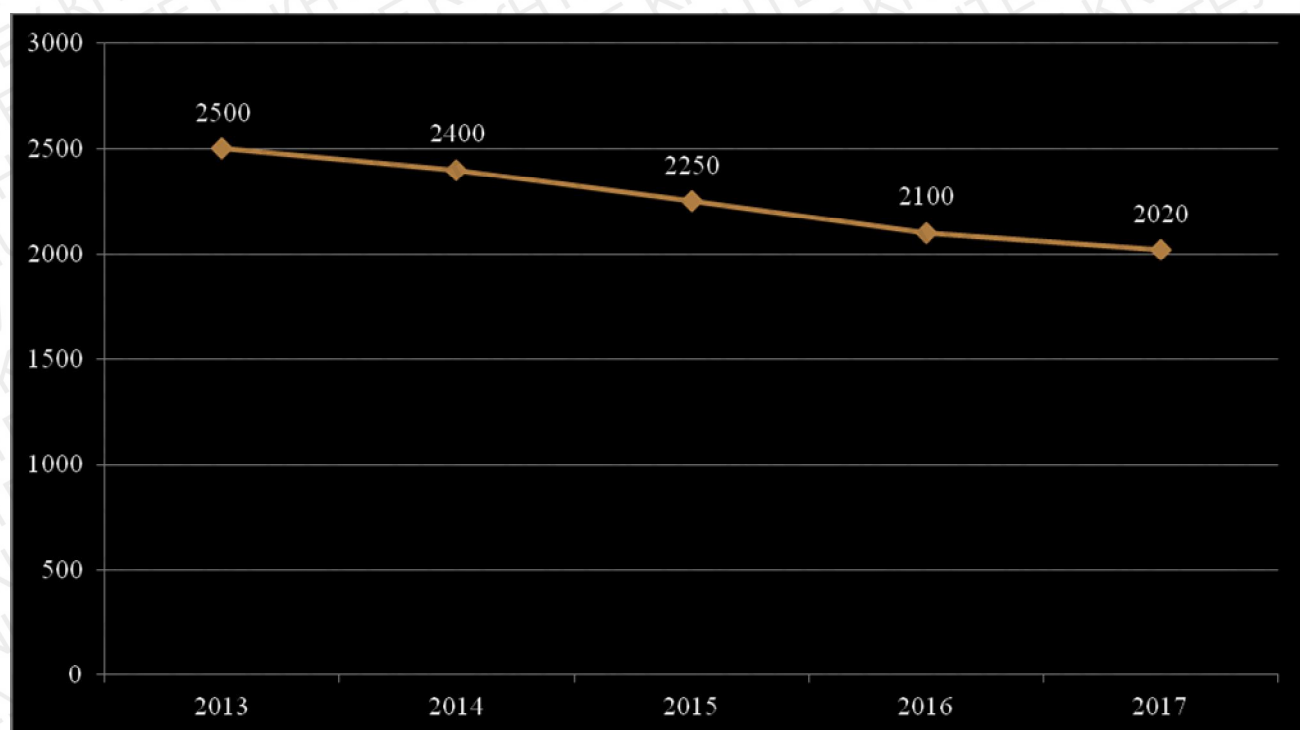


Рис.3.4. Обсяги експорту ПрАТ «Санта-Україна» на

внутрішній ринок у період 2013-2017рр.

Загалом, порівнявши кількісні характеристики обсягів виробництва продукції ПрАТ «Санта-Україна», визначено, що частка виробництва власної продукції – зовсім незначна та складає на 2017 р. лише 1,3%. Виробництво на експорт у свою чергу займає усі 98,7% (рис.3.5).

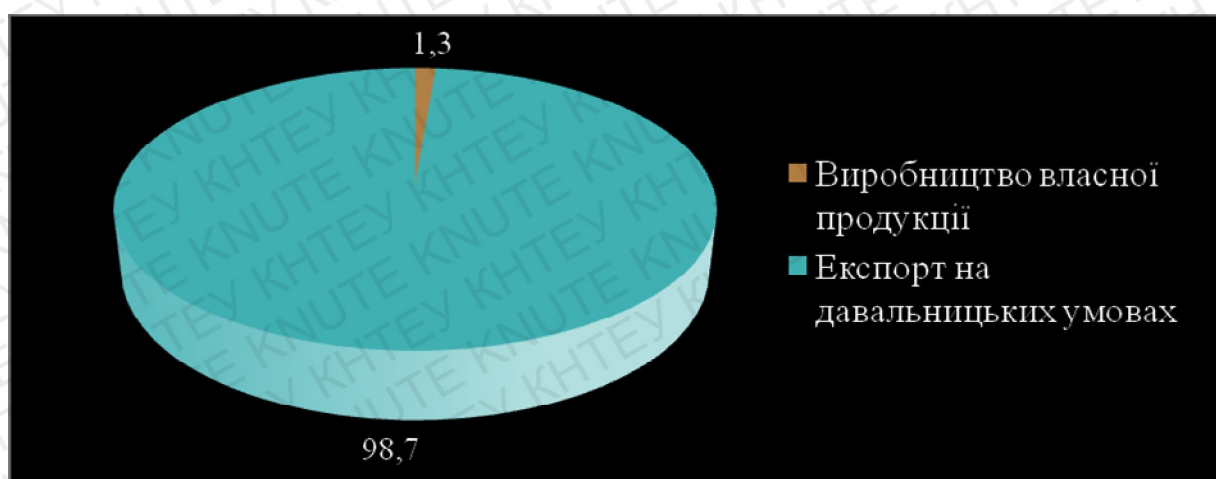


Рис.3.5. Співвідношення виробництва власної продукції до експортної за 2017р.

За даними рис. 3.6. видно як зростали обсяги виробництва продукції в умовах експорту на давальницькій сировині, що стало основним видом діяльності для ПрАТ «Санта-Україна».

Переваги використання операцій з давальницькою сировиною:

- 1) підприємство-виробник має можливість перенести на вартість продукції, виготовленої з давальницької сировини, частину своїх постійних витрат та покращити фінансові результати;
- 2) робота на давальницькій сировині зменшує потребу підприємства у кредитних ресурсах для формування запасів сировини, забезпечує зайнятість і гарантований збут продукції;
- 3) використання толінгових схем дає можливість підприємству-переробнику за відсутності коштів на придбання сировини одержати її

безоплатно від замовника, а також через нагромадження прибутку скоротити потребу в кредитних ресурсах для фінансування обігового капіталу;

4) здійснення толінгових операцій може позитивно вплинути на конкурентоспроможність підприємства-виробника та країну його розташування, оскільки, з одного боку, відкриває ринки індустріально розвинених країн для виробництва і реалізації нових товарів, виготовлення яких без толінгових схем неможливе, а з іншого – зумовлює формування позитивного ефекту для інших галузей економіки країни підприємства-переробника, насамперед внаслідок придбання іноземною фірмою сировини для виробництва продукції в цій же країні.

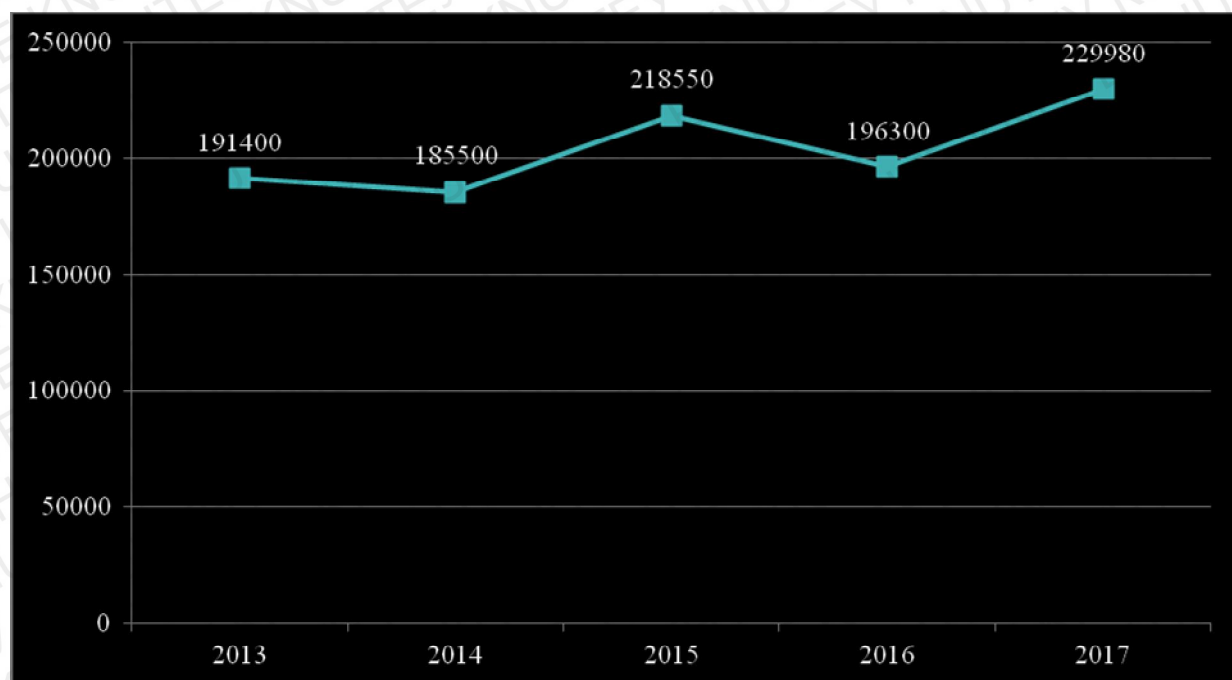


Рис.3.6. Обсяги реалізації продукції ПрАТ «Санта-Україна» на умовах давальницької сировини у період 2013-2017рр.

Обсяги реалізації продукції ПрАТ «Санта-Україна» на умовах давальницької сировини зростає (рис.3.6.).

Така тенденція спостерігається не лише на даному підприємстві. На сьогоднішній день в межах України діє низка підприємств, основною діяльністю яких є саме виробництво на умовах толінгу. Адже у разі ефективної

організації операції з давальницькою сировиною мають позитивний вплив на зріст кількості робочих місць, завантаженість виробничих потужностей підприємств, сприяють зменшенню потреби в капіталі обігу, а також збільшують доходи підприємств-переробників та держави, у якій розташовуються ці підприємства. Збутова діяльність у таких випадках не ефективна, адже від імені виробника – не здійснюється.

3.4. Шляхи вдосконалення організації каналів розподілу жіночих спідниць на підприємстві

Торгівельне підприємство в залежності від збутової політики встановлює довжину каналу розподілу, його ширину, інтенсивність товароруку та систему управління каналами розподілу.

Вибір останніх здійснюється на основі даних маркетингу за наступними критеріями: здатність торговця брати участь у досягненні стратегічних комерційних цілей постачальника; позиція та доля торговця на цільових ринках; здатність торговельного персоналу презентувати конкурентні переваги товару постачальника; репутація торговця на ринку (наявні зриви поставок, демпінг, порушення контрактних зобов'язань); умотивованість посередника на підтримку тривалих і плідних відносин, його залежність від конкурентів, наявність у нього планів після придбання відповідного досвіду вступити в гру в якості вже конкурента, а не партнера; можливість впливати на взаємини з посередником, можливість контролю над ним [62].

Діяльність підприємств в галузі збуту й розподілу продукції повинна бути підпорядкована певним цілям. По-перше, забезпечувати доставку вироблених товарів у необхідній кількості в таке місце та час, які найбільше влаштовують споживачів. По-друге, сприяти звертання уваги покупців на продукцію фірм і стимулювати розширення її продажу кінцевим споживачам.

Основна мета логістичної системи розподілу ПрАТ «Санта-Україна» полягає у вчасному та якісному підправленні товару його замовнику.

Перш ніж організувати управління каналами розподілу, проводять аудит існуючої системи каналів і визначають наскільки використовувана стратегія розподілу адекватна цільовій аудиторії й категорії актуального товару (товари широкого вжитку, предмети розкоші, товари для промисловості й т.п.). Аудит системи каналів розподілу містить у собі три етапи: оцінку стратегії розподілу, визначення оптимальної довжини каналів; оцінку типу системи каналів розподілу; оцінку безпосередніх учасників каналу.

Перш ніж організувати управління каналами розподілу на ПрАТ «Санта-Україна», проводять огляд існуючої системи каналів і визначають наскільки використовувана стратегія розподілу задовольняє усі потреби. Огляд системи каналів розподілу містить у собі три етапи: оцінку стратегії розподілу, визначення оптимальної довжини каналів; оцінку типу системи каналів розподілу; оцінку безпосередніх учасників каналу.

ПрАТ «Санта-Україна» у свою чергу виконує функцію перероблення сировини на готовий продукт, не беручи права власності на вироблений товар. Це означає, що у логістичному ланцюгу підприємство є ланкою, що не бере участі у розподілу товару та не забезпечує рух товару до споживачів.

Замовники, що працюють із ПрАТ «Санта-Україна», відомі бренди, такі, як Marc Jacobs, Pablo, Moschino, S.Oliver та інші, забезпечують підприємство своєю сировиною у визначеній кількості та зазначеними строками виконання задачі виготовлення замовлення у відповідному обсязі.

Проблема підвищення ефективності виробництва полягає в забезпеченні максимально можливого результату на кожну одиницю затрачених трудових, матеріальних, фінансових та інших ресурсів.

Основні чинники підвищення ефективності виробництва — це підвищення його технічного рівня, вдосконалення управління, організації виробництва і праці, зміна обсягу і структури виробництва, поліпшення якості природних ресурсів та інші.

ПрАТ «Санта-Україна» за умов зниження ефективності власного виробництва через спад показників купівельної спроможності населення, було

вимушено скоротити обсяги продукції власного виробництва та перейти до схеми толінгу.

Наразі підприємство не мало змоги вплинути на такий показник, як купівельна спроможність населення, тому для забезпечення ефективності та беззбитковості діяльності зменшило обсяги реалізації власного виробництва до мінімуму.

Шляхами вдосконалення організації каналів розподілу та збуту для підприємств, що працюють на умовах давальницької сировини, є варіант закупівлі своєї сировини на умовах виконання замовлення замовниками.

У такому випадку ПрАТ «Санта-Україна» не є учасником логістичного каналу розподілу, проте для забезпечення та розвитку грошових взаєморозрахунків між підприємствами, участь в діяльності експорту за умов давальницької сировини є позитивною тенденцією для підприємств.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Таким чином, результати проведеного дослідження щодо формування якості та каналів розподілу жіночих спідниць в Україні дають змогу зробити наступні висновки:

Частка виробництва жіночого одягу у розрізі в Україні досить значна, адже виробництво одягу займає 41% від загальної кількості реалізованої у сфері легкої промисловості продукції. Обсяги виробництва одягу у межах України зростають, демонструючи у 2017 р. зріст майже втричі порівняно з показниками за 2013 р., що говорить про позитивну тенденцію розвитку легкої промисловості України.

Більшість товарів на ринку одягу України – іноземного походження, адже обсяги імпорту перевищують обсяги експорту. Серед країн, що найбільше заповнюють український ринок своїми товарами, основними є: Китай, Бангладеш та Туреччина. Також значна частка імпорту належить Польщі, що насичує ринок одягу України на 15%.

Виробництво та обіг жіночого одягу в межах України здійснюється за допомогою низки законодавчо-нормативної бази, що регулює процеси виробництва на усіх його етапах, зберігання та реалізації. Основні вимоги продукції текстильного походження встановлені у Технічному регламенті щодо назв текстильних волокон і маркування текстильних виробів.

До факторів формування та збереження якості жіночих спідниць відносять сировинний матеріал, від якого залежить безліч споживчих показників готового виробу, правильність процесів виробництва, збереження, транспортування та реалізації продукції. Усі вищеназвані фактори загалом є умовою високої якості та безпечності кінцевого товару для споживача. Виробництво у свою чергу визначається складним технологічним процесом, що загалом поєднує проектування та виготовлення вже готового виробу.

Єдиної загальноприйнятої класифікації швейних виробів немає. Однак, проаналізувавши літературні джерела, можна визначити основні класифікаційні ознаки, за якими відрізняють жіночі спідниці. Серед них: цільове призначення, сезонність, вік споживачів, довжина виробу, силует та крій.

Потенціал українського ринку текстилю значний. Проте підприємства України працюють за умов світових цін, що негативно впливає на ринкову ситуацію, коли вітчизняні товари не витримують цінової конкуренції з контрабандою.

Частка виробництва жіночих спідниць на ПрАТ «Санта-Україна» становить 1/3 виробництва всієї продукції. Моделі, представлені в асортименті жіночих спідниць на підприємстві, різноманітні не тільки за своїм дизайном, але й за видом тканин, які використовують для їхнього пошиття.

За результатами досліджень естетичних властивостей жіночих спідниць, було визначено пряму залежність жорсткості текстильного матеріалу від його поверхневої густини. Чим вищі показники жорсткості, тим більші й показники поверхневої густини.

На сьогоднішній день легка промисловість забезпечена конкурентними виробниками одягу. Вони створюють на ринку досить конкурентоспроможний товар, який в змозі задовольнити потреби споживача. Існує безліч підприємств на території України, основною діяльністю яких є виробництво одягу, що за своїми показниками показує високі результати конкурентоспроможності серед інших.

Дослідження конкурентоспроможності п'яти обраних зразків різних вітчизняних виробників, визначено, що найвагомішими споживчими показниками якості жіночих спідниць служать якість посадки на фігурі, відповідність моді та зручність в експлуатації. Серед обраних зразків найбільші показники конкурентоспроможності отримали зразки жіночої спідниці ПП «Вікторія» м. Вознесенська та ПрАТ «Санта-Україна».

Розподільча логістика є прямим чинником забезпечення розвитку споживчого ринку та забезпечує його насичення, ефективно обслуговуючи

канали розподілу та регулюючи діяльність обігу товарів у процесі доведення їх до споживачів або посередників.

ПрАТ «Санта-Україна» практикувало діяльність виробництва на внутрішній ринок та організації дворівневого вертикального каналу розподілу. Проте зниження купівельної спроможності населення призвело до зменшення ефективності такої діяльності, що призвело до визначення основної діяльності підприємства, як експорт на умовах давальницької сировини, де підприємство не є учасником каналу розподілу, а лише виробляє товар без права власності на нього.

Щодо діяльності ПрАТ «Санта-Україна» реалізації виробленої продукції, було запропоновано змінити спосіб отримання продукції та постачати її не від замовника, як посередника між виробником та продавцем сировини, а закуповувати її самостійно, що б у свою чергу спростило логістичні операції.

Отже, для покращення ефективності виробництва та конкурентоспроможності жіночих спідниць на ринку, необхідно:

- 1) виробникам потрібно ураховувати побажання споживачів щодо основних вимог якості товару;
- 2) доцільно проводити дослідження безпечності тканин для виготовлення жіночих спідниць;
- 3) визначати найбільш вдалий спосіб реалізації продукції та максимального використання власних потужностей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Національний класифікатор України ДК 009:20010 «Класифікація видів економічної діяльності», затверджений наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчого комітету від 11.10.2010 №457.
2. Європейські перспективи українського легкпрому – Режим доступу:
<https://naglyad.org/uk/2018/02/19/evropejski-perspektivi-ukrayinskogo-legkpromu/>
3. Асоціація між Україною та ЄС набрала чинності. – Режим доступу:
<https://www.bbc.com/ukrainian/news-41120580>
4. Україна збільшила виробництво товарів легкої промисловості. – Режим доступу:
<https://economics.unian.ua/industry/2206979-ukrajina-zbilshila-virobnitstvo-tovariv-legkoji-promislovosti.html>
5. Легка промисловість України . – Режим доступу:
<http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/prom/ukr/9.html>
6. Обсяг реалізованої промислової продукції за видами діяльності. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Что происходит на украинском рынке одежды. – Режим доступу:
<https://rau.ua/analytics/chto-proishodit-na-rynke-odezhdy/>
8. Експорт-імпорт окремих видів товарів за країнами світу. – Режим доступу:
<http://www.ukrstat.gov.ua/>
9. Зовнішня торгівля України за окремими країнами світу. – Режим доступу:
<http://sfs.gov.ua/ms/f1>
10. Вироби швейні й трикотажні. Терміни та визначення. - ДСТУ 2027-92. - [Чинний від 1993-01.01]. – К. : Держстандарт України, 1993. – 21с.
11. Технологія швейного виробництва. Терміни та визначення. - ДСТУ 2162-9. - [Чинний від 1995-01.01]. – К. : Держстандарт України, 1993. – 24с.

12. Про захист прав споживачів: Закон України № 1023-XII від 12 травня 1991 р.
– Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
13. Про затвердження Технічного регламенту щодо назв текстильних волокон і маркування текстильних виробів: постанова Кабінету Міністрів України від 14.01.2009 р. № 13// Офіційний вісник України. – 2009. – № 3. – Ст. 86
[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/13-2009-%D0%BF>
14. Про технічні регламенти та оцінку відповідності : Закон України № 124-VIII від 15 січня 2015 р. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/law/show/124-19>
15. Про затвердження Державних санітарних норм та правил «Матеріали та вироби текстильні, шкіряні і хутрові. Основні гігієнічні вимоги»: затверджений Наказом Міністерства охорони здоров'я від 18 березня 2012 року, зареєстрований Міністерством юстиції України 13 січня 2013 р. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0086-13>
16. Тканини та вироби ткані поштучні. Класифікація та номенклатура показників якості . - ДСТУ 3047-95 - [Чинний від 1995-01.07] – К: Держстандарт України, 1996. – 24с.
17. Сыцко В.Е. Товароведение непродовольственных товаров: учебник / В.Е. Сыцко. – М: Высшая школа, 2005. – 669с.
18. Головка М.П. Товарознавство одяго-взуттєвих товарів : навч. посібник/ М.П. Головка: Харк. Держ.ун-т харч. Та торгівлі. – Х., 2015. – 249с.
19. Товароведение и экспертиза швейных, трикотажных и текстильных товаров / Дзахмишева И.Ш., Балаева С.И., Блиева М.В., - 5-е изд. - М.:Дашков и К, 2017. - 346 с.
20. Пугачевський Г.Ф. Товарознавство непродовольчих товарів. Текстильне товарознавство : навч. посібник / Г.Ф. Пугачевський, Б.Д. Семак. – К НМЦ «Укоопосвіта», 1999. – 596с.
21. Матеріали для одягу. Символи та вимоги - ДСТУ 2122-93. - [Чинний від 1995-01.01] – К: Держстандарт України, 1996. – 18с.

22. Мазаракі А.А., Н.В. Мережко, Л.А. Коптюх та ін.. ; за аг.ред. А.А. Мазаракі. – Київ: Київ. Нац.. торг.-екон. Ун-т, 2016. – 592с.
23. Саламатова С.М. Конструирование одежды: // С.М. Саламанова.- М.: «Легкая индустрия», 1984.- 272с
24. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика: Учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Финпресс», 2003. – 496с.
25. Ukraine in Global Competitiveness Index. – Режим доступу : <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-index-2017-2018/countryeconomy-profiles/#economy=UKR>
26. Індекси промислової продукції. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
27. Офіленко Н.В. Ринок і ресурси споживчих товарів. Навч. посібн. / Н.В. Офіленко, А.Г.Кайнаш, О.В. Калашник, С.П. Морозюк - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 184 с.
28. Лабурцева О.І Маркетингові дослідження українського ринку текстильних виробів: сучасний стан, проблеми, перспективи // Маркетинг в Україні /О.І. Лабурцева// -2006.-№6 (40).-С.45-51.
29. Трусова М. М. Аналіз рекламної діяльності підприємств легкої промисловості України / М. М. Трусова, Л. К. Яцишина. // Технології та дизайн. –2014. –№ 2 – 47с.
30. Касьян З. Е. Діагностика інноваційної діяльності вітчизняних підприємств легкої промисловості / З. Е. Касьян, Т. Є. Воронкова // Вісник КНУТД. – 2012. – № 1. – с. 145 –152.
31. Тарасенко І. О. Сталий розвиток підприємств легкої промисловості: теорія, методологія, практика : монографія / І. О. Тарасенко // – К. : КНУТД, 2010. – 390 с.
32. Апопій В. В., Мішук І. П., Ребицький В. М. та ін. Організація торгівлі: підручник / І. П. Мішук, В. М. Ребицький та ін.; За ред. В. В. Апопія. - 2-ге вид. – Київ: ЦНЛ, 2005. - 615 с.

33. Войтоловский, Н. В. Экономический анализ : учебник для академического бакалавриата / Н. В. Войтоловский, А. П. Калинина, И. И. Мазурова ; под ред. Н. В. Войтоловского, А. П. Калининой, И. И. Мазуровой. — 5-е вид.,— М. : Издательство Юрайт, 2015. — 620 с.
34. ПрАТ «Санта-Україна» світу . – 2018. – Режим доступу: <http://www.santa-ukraine.com.ua/>
35. Колосніченко М. В., Основи проектування та виробництва одягу. Мода і одяг / М. В. Колосніченко , К.Л. Процик// – К: КНУТД, 2011. – 238 с.
36. Колосніченко М. В. Ергономіка і дизайн. Проектування сучасних видів одягу: Навч. посібн. / М.В. Колосніченко, Л.І. Зубкова, К.Л. Пашкевич, Т.О. Полька, Н.В. Остапенко, І.В. Васильєва, О.В. Колосніченко. – К.: ПП «НВЦ «Профі», 2014. – 386 с.
37. Балдано, И.Ц. Мода XX века: Энциклопедия /И.Ц. Балдано// – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2002. – 400 с.
38. Андреева Р.П. Энциклопедия моды / Р.П. Андреева// – СПб.: Литера – 1997. – 416с.
39. Полотна текстильные. Метод определения несминаемости. ГОСТ 19204-73– [Чинний від 1973-11-15]. – М. : Госстандарт, 1973. – 9с.
40. Материалы текстильные. Полотна. Методы определения жесткости при изгибе: ГОСТ 10550-93. – [Чинний від 1993-10-21]. – М. : Госстандарт, 1993. – 12с
41. Материалы текстильные и изделия из них. Метод определения толщины: ГОСТ 12023-2003. - [Чинний від 2005-12-01]. – М. : Госстандарт, 2005. – 13с
42. Матеріали текстильні. Методи аналізу структури тканини. Метод визначення поверхневої густини тканини. - ДСТУ ISO 7211-6:2007 - [Чинний від 2010-09-01]. – 2010. – 8с.
43. Сухотіна О.В. Дослідження естетичних властивостей жіночих спідниць /О.В. Сухотіна // збірник наук.стат. «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. Част.1. – 2018. – с.429-435.

44. Полікарпов І.С. Оцінювання незмінальності тканин різного волокнистого складу / І.С. Полікарпов // Вісник ЛКА. – Вип.11. – Львів: вид-во ЛКА, 2009. – с.113-116.
45. Савчук Н.Г., Іокст Н.В. Аналітичні методи оцінювання та прогнозування рівня якості швейних виробів / Н.Г. Савчук // Легка промисловість. – 2014. - №1. – ст.12-13
46. Бичковська Ю.О., Юрин Є.Г. «Сучасний стан швейної промисловості України»
47. Укрлегпром . 2018. - [Режим доступу] : <http://ukrlegprom.org.ua/>
48. Дослідження проблем забезпечення якості та конкурентоспроможності продукції легкої промисловості / В. І. Дибленко, О. О. Шевченко, К. А. Заровська // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. - 2009. - № 1 (45). - С. 132-141.
49. Пономарьова Ю.В. Логістика: Навч.пос-ник: вид.2-ге./ Ю.В.Пономарьова// - К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 328с.
50. Николайчук В.Е. Логистика /В.Е. Николайчук // – СПб: Питер, 2002. – 160с.
51. Кальченко А. Г. Логістика: навч. посібник / А. Г. Кальченко, В. В. Кривещенко. – 2-ге вид. – К. : КНЕУ, 2008. – 472 с.
52. Крикавський Є. М. Логістика підприємства./ Є.М. Крикавський // - Львів: Львівська політехніка, 1996.
53. Тридід О. М. Логістичний менеджмент : навчальний посібник/ О. М. Тридід, К. М. Таньков. – Х. : ВД „Інжек”, 2005. – 224 с
54. Ларіна Р.Р. Логістика : навчальний посібник / Р.Р. Ларіна. – Д. : ВІК, 2005. – 335 с.
55. Шубін О.О. Інфраструктура товарного ринку: Теоретичні засади / О.О.Шубін // - К., 2009. — 379 с.
56. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс]. / Сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0085-00>

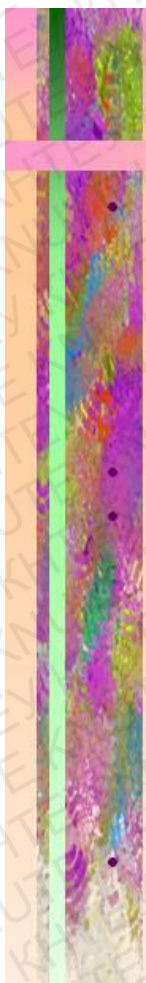
57. Осницька Н. А. Підходи до трактування ключових понять щодо операцій з давальницькою сировиною в економічній літературі / Н. А. Осницька // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2011. – № 2 (56). – С. 155–159.
58. Поєдинок В.В. Правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності / В.В. Поєдинок // - К.: МАУП, 2006. — 272 с.
59. Щербаков В.В. Хозяйственные святы в процес се материально-технического обеспечения: Учебное пособие./ В.В. Щербаков – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1991. – 116с.
60. Дубівка Д.В. Поняття «збут» в системі управління підприємством / Д.В. Дубівка. Економіка та держава. – 2013. - №2. – 93-96 с.
61. Попович П. Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання / П.Я. Попович// – Тернопіль: Економічна думка, 2001. – 365 с.
62. Лебедев Ю.Г. Логистика. Теория гармонизированных целей поставок / Ю.Г. Лебедев. - М.: МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2007. - 488 с.

ДОДАТКИ

Додаток А



Рис. А.1 Паспорт ПрАТ «Санта-Україна»



• <u>Розкрійний цех.</u>	• Площа:	• 1012 м ²
		• Для підбору малюнка на картатих та строкатих тканинах застосовується наколювання тканини на голки при настиланні.
• <u>Швейні цехи.</u>		
• Потужність в місяць:	• Жакети жін.	12,6 тис. шт.
	• Брюки жін.	18,9 тис. шт.
	• Спідниці жін.	31,5 тис. шт.
	• Сукні жін.	18,9 тис. шт.
• Загальна площа:	• Блузы жен	25,0 тис. шт.
• <u>Склад готової продукції.</u>	• 4355,7 м ²	
• Площа:		
• Устаткування:	• 965 м ²	
	• склад устатковано двоохарусніми кронштейнами для зберігання виробів на тремпелях.	
	• Можливі різні варіанти складування та зберігання виробів, в т. ч. в коробах.	

Рис. А.1 Паспорт ПрАТ «Санта-Україна»



Рис. Б.1 Кілт



Рис. Б.2 Пачка



Рис. Б.3 Саронг



Рис. Б.4 Плахта



Рис. Б.5 Дерга



Рис. Б.6 Запаска



Рис. Б.7 Кринолін



Рис. В.1 Жіноча спідниця виробництва
ПрАТ «Санта-Україна»



Рис. В.2 Жіноча спідниця виробництва
ПП «Вітокрія»



Рис. В.3 Жіноча спідниця виробництва ТОВ «Еліта»



Рис. В.4 Жіноча спідниця виробництва
ТМ «Мармелад»



Рис. В.5 Жіноча спідниця виробництва
ПрАТ «Зорянка»